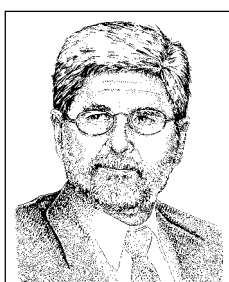


A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO ECONÔMICA

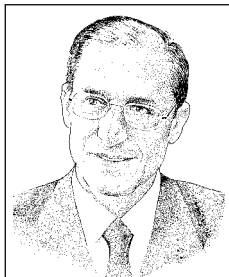
Oitenta e cinco personalidades - empresários, políticos, líderes de associações de classe - dão seus depoimentos sobre o jornalismo econômico brasileiro. Todos concordam: receber informações de qualidade e extrema credibilidade não só faz parte de seu cotidiano, como ajuda a modificar, inovar e gerar resultados satisfatórios em suas atividades



CELSO AMORIM
Ministro das Relações Exteriores

A imprensa tem papel cada vez mais presente no conjunto de fatores que contribuem para a definição e execução da política externa de um país democrático. O extraordinário avanço tecnológico das redes de comunicação, nos últimos anos, tem feito com que a repercussão de acontecimentos locais ou internacionais ocorra com grande rapidez. A atividade diplomática é obviamente afetada por essa evolução e não pode deixar de responder, com presteza, às informações que circulam em tempo real por intermédio da imprensa.

Desnecessário lembrar que o aumento da influência dos meios de comunicação deve ser acompanhado por uma atitude responsável no tratamento da informação. A vigilância da imprensa exige da diplomacia crescente transparência e sintonia com as expectativas dos diversos segmentos da sociedade. Essa interação é positiva na medida em que empresta mais dinamismo e legitimidade à implementação da política externa. No caso do Ministério das Relações Exteriores brasileiro, temos velado para que a ação diplomática corresponda cada vez mais às diferentes demandas da sociedade, em defesa dos interesses do País.



GERALDO ALCKMIN
Governador do Estado de São Paulo

O jornalismo econômico é instrumento essencial ao sucesso do empreendedorismo no Brasil. A imprensa especializada em economia seguiu o caminho aberto pela Gazeta Mercantil em 1920. O jornal se destaca também como formador de uma consciência gerencial para um mundo competitivo. Hoje, a cada minuto, o entendimento do leitor mais exigente é atualizado por informações on line, permitindo a tomada de decisões cada vez mais rápidas e precisas. Como governador do Estado de São Paulo, cumprimento os diretores e funcionários da Gazeta Mercantil pelos 85 anos de luta pela livre iniciativa e em

favor da administração responsável e eficiente. Faço votos para que o jornal e suas iniciativas multimídia continuem a cumprir com o mesmo brilho a sua missão. Um jornal e um administrador público se firmam todos os dias pela credibilidade dos serviços prestados. A sociedade democrática exige de ambos reflexão isenta, planejamento preciso e ação eficaz. Na promoção do bem público não há margem para erro. Por isso, hoje, mais do que nunca, a imprensa, e especialmente o jornalismo econômico, dão sustentação a decisões em políticas públicas que vão beneficiar milhões de cidadãos. A construção da credibilidade da imprensa não foi uma tarefa sem obstáculos, mas jornalistas e empresários de comunicação souberam sair mais fortes das provações do passado. A história exemplar de superação de desafios é da Gazeta Mercantil, hoje, expressão harmônica entre tradição e modernidade e uma referência internacional em jornalismo econômico. A tradição nasce em 1920 com boletins de cotações de commodities e cresce pela conquista progressiva da informação qualificada. A modernidade está no investimento pioneiro em tecnologia, que permitiu o lançamento, em diversas capitais, de edições diferentes na ênfase regional e iguais no tratamento dos grandes temas do dia. O pioneirismo levou o grupo a abraçar o Mercosul com uma publicação especial e a se transformar em um dos principais provedores de informação especializada em tempo real. Os 85 anos da Gazeta Mercantil devem ser comemorados por todos os que confiam em um futuro melhor com a nação construída pela formação da cidadania.



JOSÉ SERRA
Prefeito de São Paulo

A informação é um instrumento da liberdade. As circunstâncias históricas é que tornam certos discursos mais ou menos influentes. Assim se dá com a economia: ela sempre ocupou um lugar central na administração pública, embora, com frequência, a demagogia e as bravatas a tenham acusado de ser mero diversionismo técnico, como se houvesse uma oposição entre o povo e a matemática. Não há.

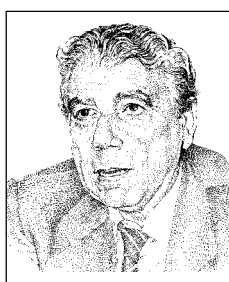
De fato, demagogos gostam mais de adjetivos do que números, assim como gostam mais de promessas do que de fatos, mais das tais bravatas do que dos limites objetivos da realidade. Tentou-se, em passado nem tão remoto, com evidente prejuízo para o país, fazer uma oposição inaceitável entre a "vontade política" e a "racionalidade técnica". Na minha trajetória de homem público - como secretário de Estado, senador, ministro e agora prefeito -, sempre busquei conciliar a firmeza da ação, convicto de que é possível mudar as realidades herdadas, com os limites que me são dados pelo Orçamento e pela conjuntura do país e do mundo. Ora, a informação econômica, quando é lida com responsabilidade, impede que um homem público caia na perversão burocrática e se transforme em mero contínuo das circunstâncias. E impede também que se torne depositário de expectativas de mudanças radicais que, muitas vezes, se frustram porque são adversárias da boa técnica. A informação econômica nos liberta tanto das teias da demagogia como da cadeia do imobilismo, tanto da tentação tecnocrática como da farra populista. Acho que os dois postulados que evoco acima servem para responder também à questão sobre o futuro do Brasil. É possível que os comandantes da economia tenham percebido a tempo que o antigo aporte demagógico conduziria o País à ruína. Por ora, parecem imunes ao risco de uma das perversões. Temo, no entanto, que não estejam protegidos contra a outra. É preciso entender que a cadeia da inação é um mal para o país tanto quanto as teias da demagogia.



ARMANDO MONTEIRO NETO
Presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI)

Sem a informação precisa e atualizada, a administração da política econômica, no setor público, e a execução das estratégias de negócios, no setor privado, ficariam prejudicadas, pois ela funciona como se fosse uma bússola de navegação. A Gazeta Mercantil, em seus 85 anos, funciona como um timoneiro nesse processo, pois publica informações econômicas que dão um norte para os setores público e privado. Progressivamente a economia torna-se mais complexa e a tomada de decisão em períodos de tempo mais curtos. Portanto, exige um monitoramento permanente. O acompanhamento da atividade econômica, em períodos cada vez mais exigidos de tempo, exige a construção, e o contínuo aperfeiçoamento, de sistemas de

indicadores de atividade econômica. Estes sistemas são fundamentais para a avaliação correta da situação corrente da atividade e de sua tendência imediata, bem como servem de base para análises prospectivas sobre as tendências de médio e longo prazo. A informação vai além de indicadores, e tem também sua componente qualitativa. Aqui temos o noticiário factual, onde a precisão é crucial; e o analítico, que interpreta na visão do analista os fatos econômicos. Ambos são importantes para as empresas e condutores de política. É com este objetivo que a Confederação Nacional da Indústria (CNI) produz um conjunto de indicadores que contribui para a disseminação de informação de maior qualidade sobre a tendência da indústria e da economia brasileira.



ANTÔNIO ERMÍRIO DE MORAES
Presidente do Conselho de Administração do Grupo Votorantim

O prestigioso jornal Gazeta Mercantil completa 85 anos de publicação ininterrupta. Também neste ano completei 55 anos de trabalho, ininterruptos, em empresas. Assim, quando iniciei minha carreira empresarial já encontrei na Gazeta Mercantil uma orientação adulta pelo tempo de existência, pela presteza na notícia, pela competência da orientação, pela imparcialidade e serenidade dos julgamentos. Foi, assim, uma parceria tácita que desde o início se estabeleceu e perdura.

Por dez anos consecutivos, de 1979 (inclusive) a 1988, tive a honra de figurar como líder empresarial por escolha dos órgãos técnicos do jornal. Participamos da mesma diretriz básica: O Brasil em primeiro lugar, acima dos interesses pessoais. Com um corpo redatorial e também assessorias técnicas, econômica e jurídica, de escol está sempre na vanguarda dos temas que mais interessam ao cotidiano das empresas. Por isto, surgido um tema dessas naturezas, com aspectos novos e possibilidade de reflexo no campo de atuação de cada um, o primeiro gesto é procurar a Gazeta Mercantil. Não raro encontram-se lá as duas ou mais opiniões divergentes que se vão depurando no curso das discussões até restar, no crisol dos debates, a gema pura do verdadeiro interesse nacional. É a tribuna democrática que cultua a divergência de opiniões para obter a síntese da verdade, abjurando as posições dogmáticas e impositivas que sufocam o debate no nascedouro. Também de política tratam seus editorialistas mas de Política com P maiúsculo ignorando interesses meramente partidários. Defende as profissões e suas representações sérias. Enfim, é um jornal como é preciso. Às pessoas, em seus aniversários natalícios, costuma-se desejar muitos anos de vida mais; a um jornal como a Gazeta Mercantil deseja-se que viva para sempre sem perder sua característica democrática.

UBS, o melhor
private bank do Brasil.

Se você já é nosso cliente,
parabéns.

Se ainda não é, vai ser
muito bem-vindo.

A revista Euromoney, uma das mais importantes publicações financeiras do mundo, acaba de eleger o UBS como o melhor private bank do Brasil. E, pela segunda vez consecutiva, o UBS foi considerado o melhor private bank global. Das 9 categorias, aqui do Brasil, ganhamos em 6: Melhor Private Bank, Melhor em Segurança e Privacidade, Melhor em Relacionamento com Clientes, Melhor Private Bank para Altos Valores Líquidos I (de US\$ 1 a US\$ 10 milhões)*, Melhor Private Bank para Altos Valores Líquidos II (de US\$ 10 a US\$ 30 milhões)*, Melhor Private Bank para Valores Líquidos Ultra Altos (acima de US\$ 30 milhões)*. Isso prova que nosso conceito de gestão de fortunas em reais está dando aos nossos clientes os melhores resultados. Afinal, o melhor private bank global tinha que ser o melhor aqui no Brasil também.

Bem-vindo ao UBS
Rio de Janeiro, Fone: (21) 2555-3000
São Paulo, Fone: (11) 3048-5266
www.ubs.com

You & Us UBS Wealth Management

UBS é um grupo financeiro global que oferece serviços de Wealth Management, Asset Management e Investment Banking a clientes: pessoa física, corporativos e investidores institucionais. Com sede na Suíça, o UBS opera em mais de 90 países, incluindo os maiores centros financeiros do mundo.
* Os critérios de avaliação da revista Euromoney consideram os valores em moeda norte-americana, porém o UBS Wealth Management Brasil opera em moeda corrente local.



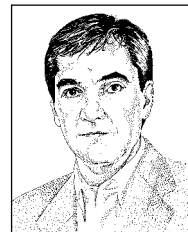
ABRAM SZAJMAN
Presidente
Federação do Comércio do Estado de São Paulo

A informação econômica segmentada nasceu na Inglaterra com o *Financial Times*, consolidou-se nos Estados Unidos com o *Wall Street Journal* e encontrou na Gazeta Mercantil sua maior expressão brasileira. Durante o século passado, o jornalismo econômico trouxe a informação detalhada para subsidiar as decisões tomadas pelos empresários. Agora, no século 21, essa função se amplia, porque a informação é transmitida em tempo real, numa escala tão avassaladora que leva as pessoas a precisarem de algo mais que a notícia. Esse diferencial é a análise e a interpretação dos fatos econômicos, de forma aprofundada e ao mesmo tempo plural, que só o jornalismo econômico de qualidade pode proporcionar.



CÉSAR PRETI
Presidente
Pfizer

A história da Gazeta Mercantil se confunde com a história do jornalismo econômico no País. São 85 anos de cobertura de qualidade sobre os momentos nacionais mais importantes. Nesse quase século, muita coisa mudou. A influência das notícias internacionais é maior hoje do que foi no início dos anos 20. Agilidade é fundamental. Se por um lado temos à disposição ferramentas de comunicação cada vez mais modernas, por outro necessitamos de análises mais profissionais e segmentadas. Ou seja, informação precisa e rápida, com profundidade de opiniões. A Gazeta Mercantil sempre acompanhou este processo. Garantiu aos executivos que atuam no Brasil produtos e serviços que auxiliam a tomada de decisão nas empresas.



DALTON PASTORE
Presidente
Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap)

Informação de qualidade, com profundidade e, sobretudo, livre, independente, imparcial, não é apenas importante para os negócios e para as empresas. É fundamental para o País e para as pessoas. Nunca me canso de repetir que a publicidade é quem subsidia a informação livre, na medida em que os meios de comunicação dependem, alguns fundamentalmente outros exclusivamente, da receita publicitária. Sendo mais específico e focando no mundo dos negócios, a informação de qualidade continua sendo tão fundamental quanto sempre foi. Porque não é verdade que a informação seja mais importante hoje do que foi antes no mundo dos negócios. Informação foi sempre fundamental, em todos os tempos, em todos os governos, em todas as fases. Prova disso é que a Gazeta Mercantil está fazendo 85 anos e não oito.



ANDERS RUNEVAD
Presidente
Ericsson Brasil

É com grande alegria que nos dirigimos à equipe da Gazeta Mercantil para cumprimentá-los pelo aniversário da publicação, que completa 85 anos este mês. Um jornal que durante anos tem contribuído com a informação e a formação de muitas gerações merece o lugar de destaque que ocupa na mídia nacional. Nós da Ericsson, também há mais de 80 anos no Brasil, valorizamos muito a competência e a postura ética com que são tratadas as notícias empresariais e econômicas, tão importantes para as tomadas de decisões que ajudam a fazer a História deste grande País. Parabéns!



CRISTIANA ARCANGELI
Presidente
Importadora PH Arcangeli

Eu leio a Gazeta Mercantil sempre que posso. É o jornal do empresário brasileiro. Acho que não há nenhum outro veículo que cubra de forma tão aprofundada a área de economia e negócios. Saber sobre a situação das empresas, aquisições, fusões, indicadores econômicos, além dos artigos opinativos de gente da área é uma premissa para qualquer empresário. Acho que nesses 85 anos a Gazeta Mercantil construiu uma história de credibilidade e sucesso junto ao empresariado, me sinto até um pouco parte disso por ter feito uma das campanhas publicitárias do jornal. Parabéns Gazeta!



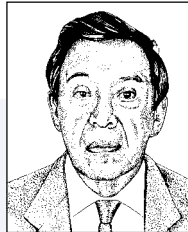
EDUARDO FISCHER
Presidente
Grupo Total de Comunicação

Todo empresário precisa estar bem informado para tomar decisões e, nesse sentido, a informação macro e microeconômica, vinda de fonte competente, especializada e de credibilidade, é de fundamental importância para nós. É isso que temos o privilégio de encontrar na Gazeta Mercantil o jornal de economia e negócios mais tradicional do País, pioneiro na prestação desse tipo de serviço. Muitas vezes grandes decisões no meio empresarial são influenciadas por notícias que foram veiculadas inicialmente no jornal. É ali, entre outras fontes, que a gente busca informação sobre a macroeconomia e, ao mesmo tempo, sobre o que acontece de relevante dentro das empresas. E nesse aspecto a Gazeta é uma publicação bastante completa, que oferece, com muita propriedade, noticiário sobre praticamente todos os setores econômicos do País, sobre as últimas novidades, tendências e práticas do mundo empresarial, dentro e fora do Brasil. É um guia, uma bíblia para quem quer estar a par do que acontece no seu e em outros mercados. Com a vantagem de ser feito por profissionais que entendem do assunto, com inteligência e discernimento crítico.



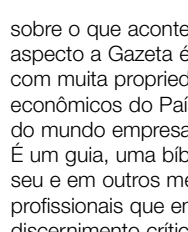
CARLOS ALBERTO VIEIRA
Presidente
Banco Safra

A informação econômica é de vital importância para empresas e empresários, não importa o tamanho e ramo em que atuem ou as funções que desempenhem. O processamento e interpretação de informações e dados numéricos atualizados, em reportagens, artigos e notícias econômicas, são indispensáveis para orientar a tomada de decisão e o trabalho cotidiano. No meio empresarial, quem primeiro tem acesso e se apropria de informações vitais relacionadas ao seu negócio, nitidamente leva vantagem em relação à concorrência. Assim tem sido e esse diferencial cada vez mais será decisivo na determinação do sucesso (ou fracasso) de países, empresas, empresários e simples cidadãos. É nesse contexto que se pode avaliar o crescente e relevante papel desempenhado por veículos especializados em informações econômico-financeiras de qualidade.



EDSON MORORÓ MOURA
Presidente
Baterias Moura

Para nós é importante acompanhar o dia-a-dia do mercado, sobretudo buscando entender os movimentos empresariais que possam ser úteis para a nossa realidade. A oportunidade de ler as notícias e análises apresentadas pela Gazeta Mercantil contribui para a compreensão dos fatos políticos e econômicos em nosso País e no mundo, indica tendências de mercado e traz indicadores com impacto direto ou indireto nos nossos negócios.



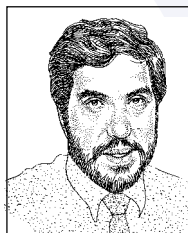
GABRIEL JARAMILLO
Presidente
Santander Banespa

A informação econômica é uma ferramenta fundamental para as empresas no dia de hoje, independentemente do seu setor de atuação. É por meio desse tipo de informação que ficamos sabendo as tendências do nosso segmento de atuação e do meio ambiente que o cerca – clientes, fornecedores e concorrentes. A informação é a chave para que as empresas possam antecipar os desejos de seus clientes e coloquem no mercado produtos e serviços que vão ao encontro das necessidades destes. É com informação de qualidade que o consumidor escolhe as empresas com as quais quer se relacionar, analisando sua competência, produtos, serviços e como ela se relaciona com a comunidade na qual está inserida. A disseminação da informação faz ainda com que as empresas sejam mais transparentes na divulgação de seus resultados financeiros e operacionais e que se importem, cada vez mais, com práticas socialmente responsáveis. Diante disso, parabenizo a Gazeta Mercantil em seus 85 anos de vida, nos quais moldou toda uma geração de empreendedores brasileiros, mostrando quais os caminhos a seguir, sempre se pautando pela ética e pela qualidade editorial.



A Gazeta Mercantil é uma publicação de alta credibilidade na área de economia e negócios, uma verdadeira referência para o setor. Sendo assim, constitui-se não apenas de um veículo para atualização diária a respeito de estratégias e atuação de empresas, entidades e demais forças atuantes na economia brasileira, bem com um valioso repositório de dados e parâmetros dos mercados locais e internacionais.

CLEBER MORAIS - Presidente - da Sun Microsystems



FABIO BARBOSA
Presidente
ABN Amro Real

A informação econômica é fundamental para avaliarmos os mercados, os cenários, as tendências e tomarmos as decisões de curto e médio prazos. Os mercados financeiros transformam informações econômicas e políticas em preços de ativos, e os bancos são parte fundamental deste processo. Nossos clientes esperam, além da implementação rápida e segura de suas decisões quanto a financiamentos, aplicações e operações de *hedge*, orientação sobre estratégias financeiras, o que requer conhecimento e análise de informações econômicas. Nosso dia a dia envolve também constante análise de informações setoriais, área em que o jornalismo econômico tem desempenhado uma função importante há várias décadas. Com a maior abertura da nossa economia para o comércio internacional, informações sobre o que ocorre no exterior, no que se refere a empresas, política econômica, movimentos de moedas e preços de commodities, são parte essencial em nosso contexto operacional. Em suma, sem informação não há intermediação financeira eficiente.

Para os administradores de hoje, dos setores privado ou público, o acompanhamento do noticiário econômico tem de fazer parte da rotina diária. Assim como os desdobramentos políticos, os fatos da economia são dinâmicos e fazem necessário seu entendimento. Para tanto, contamos com publicações que fazem da economia o seu foco, permitindo que tenhamos as informações que possibilitam, entre outras coisas, a tomada de decisões quando da elaboração de políticas públicas. É o caso da própria Gazeta Mercantil, que dedicou 85 anos a essa cobertura do cenário econômico brasileiro e mundial. Na moderna gestão, com a velocidade das informações, é imprescindível que estejamos atentos. As próprias "mudanças de humor do mercado", balizam ações e atitudes que governos e empresas precisam tomar, inseridos que estão em uma grande engrenagem macroeconômica.



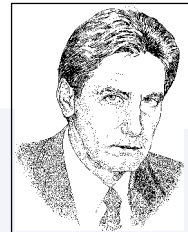
DANIEL BARBARÁ
Diretor comercial
DPZ

O noticiário econômico é tão importante que, pode-se dizer, está na base do surgimento da própria imprensa: os primeiros impressos tratavam de preços de commodities o que não deixa de ser uma informação econômica relevante. Com a economia tornando-se mais complexa o jornalismo econômico foi seguindo a tendência ate o incrível desenvolvimento a partir do século passado com a chegada de um número cada vez maior de *players*. Em todo esse processo o jornal continua a base de tudo pois é o veículo mais analítico. Acredito que a publicidade seguiu um caminho parecido. Eu sou viciado em jornal, leio cinco por dia e um deles é a Gazeta Mercantil por sua excelência na informação econômica e sua credibilidade. Sou um leitor assíduo também da página que fala de propaganda e que fica normalmente na página 14.



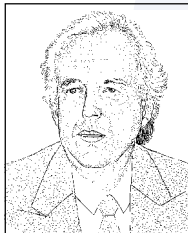
A informação é fundamental para toda e qualquer tomada de decisão e na construção civil não poderia ser diferente. Todos os movimentos do setor são fundamentais para os negócios da Tigre. Focada no mercado e com uma postura agressiva de inovação, visando sempre agregar mais valor e conteúdo para o cliente, a Tigre busca todas as informações possíveis para antecipar-se e para atender todas as necessidades e demandas apresentadas pelo mercado.

AMAURY OLSEN - Presidente da Tigre



GERMANO RIGOTTO
Governador do Estado do Rio Grande do Sul

Para a análise da economia brasileira e internacional e a formulação de cenários, é muito importante ter acesso a informações confiáveis. Um dos grandes desafios dos economistas profissionais é saber antecipar tendências e delinear cenários que propiciem tomadas de decisões, seja no campo da macroeconomia e política econômica, até no campo empresarial. Daí a importância da Gazeta Mercantil por sempre apresentar conteúdo de qualidade nas áreas citadas.



JARBAS VASCONCELOS
Governador do Estado de Pernambuco

Posso dizer, sem sombra de dúvida, que para um executivo – do setor público ou da iniciativa privada – as informações econômicas são essenciais na hora da tomada de decisões. Informação sempre foi poder, mas hoje, com a dinâmica estabelecida pelas novas tecnologias, essa máxima ganhou características ainda mais expressivas. A velocidade de transmissão e recepção das informações obriga que governos, instituições e empresas tenham agilidade correspondente ou pelo menos próxima. Mas essa mudança não de aplica apenas ao ritmo no qual a informação se multiplica, mas também à diversidade dos assuntos e à repercussão junto à sociedade.



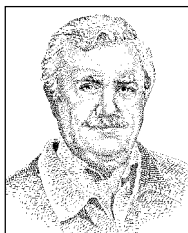
Para a análise da economia brasileira e internacional e a formulação de cenários, é muito importante ter acesso a informações confiáveis. Um dos grandes desafios dos economistas profissionais é saber antecipar tendências e delinear cenários que propiciem tomadas de decisões, seja no campo da macroeconomia e política econômica, até no campo empresarial. Daí a importância da Gazeta Mercantil por sempre apresentar conteúdo de qualidade nas áreas citadas.

ANTONIO CORRÊA DE LACERDA - Professor-doutor do Departamento de Economia da PUC-SP



Como tudo gira em torno da economia, um setor indutor de desenvolvimento, a informação é primordial para atualização do empresário em qualquer que seja o seu campo de ação. É necessário, claro, o estabelecimento de um processo seletivo para que se saiba qual a sua procedência e se essa informação está bem fundamentada. O resultado dessa análise proporciona o reconhecimento e a credibilidade de quem a emite.

João CARLOS PAES MENDONÇA - Presidente - Grupo JCPM



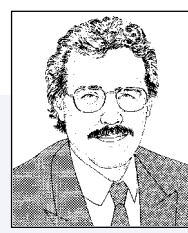
ADELINO COLOMBO
Diretor presidente
Lojas Colombo

Toda a informação transmitida por qualquer tipo de mídia é fundamental para os negócios. A informação econômica ganha importância maior, principalmente para os empresários que lideram organizações sediadas no interior do País, como é o caso de Lojas Comorbio. Como estamos distantes dos grandes centros de decisão, a informação econômica transmitida pelo jornal é de grande relevância para a avaliação da conjuntura e o acompanhamento do que acontece em nosso setor.



BENEDITO FONSECA MOREIRA
Presidente
Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB)

O grande fator de crescimento do ser humano, individualmente ou coletivamente, é o poder de criar, o qual, a sua vez, se assenta na liberdade plena: para se movimentar, falar, divergir, propor, votar, protestar, etc. A perda da liberdade é o fracasso do ser humano, tendo como causa e efeito o fanatismo religioso, o extremismo ideológico e as crises econômicas e sociais profundas e continuadas. Os dois primeiros fatores são desvios psicológicos, pela incapacidade de aceitar a liberdade de opinião. As crises econômicas, geralmente, são produtos da baixa qualidade das administrações. A informação permanente, correta, ampla, sobretudo de natureza econômica, abre as mentes das pessoas para alternativas, dando à sociedade as bases e os argumentos para análises e reações aos atos de seus governantes. É a defesa do cidadão. A informação de modo geral, e a econômica, é dispensa citações. A informação é o alimento e a sustentação da liberdade. Para o meu setor é fundamental.



Vivemos num mundo conectado, no qual cada minuto faz diferença. A informação com qualidade é a alma dos negócios e a base das boas decisões empresariais. A imprensa exerce papel fundamental na divulgação, em tempo real, de notícias que podem mudar o rumo de milhares de corporações. A Alcatel entende que informações jornalísticas de qualidade e credibilidade são fundamentais para inovar nossos negócios. Ter a informação precisa na hora certa é um diferencial competitivo para nós.

JONIO FOIGEL - Presidente Alcatel



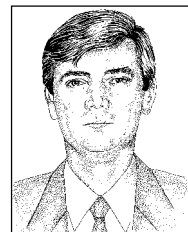
ANTONIO CARLOS REGO GIL
Presidente
CPM

Como profunda conhecedora da cultura empresarial brasileira, a Gazeta se preocupa com os aspectos fundamentais da notícia - credibilidade, agilidade, informação bem apurada, não superficial e analítica. Com todos esses ingredientes, a leitura das matérias e dos artigos torna-se imprescindível para a compreensão e interpretação do cenário macroeconômico e para tomadas de decisão em um mundo globalizado de negócios.



CARLOS RIBEIRO
Presidente
HP do Brasil

A Gazeta Mercantil é um jornal de importância histórica na imprensa brasileira e, ao longo de seus 85 anos, atua como um instrumento auxiliar de gerenciamento empresarial e um excelente balizador de cenários atuais e futuros. Numa economia em permanentes mutações como a brasileira, o empresário necessita de parâmetros para estabelecer as bases de suas decisões. Os conceitos e informações atualizados, obtidos pela cobertura aprofundada de economia e negócios da Gazeta Mercantil, apontam tendências e são fundamentais para tomada de decisões empresariais.



JORGE GONÇALVES FILHO
Diretor geral - C&C - Casa e Construção

Há três pontos importantes. O primeiro é a relação que se cria entre o varejo e seus fornecedores, pois o jornalismo econômico ajuda um a enxergar o outro, contribuindo para que a indústria perceba quais são as intenções e necessidades de seu cliente (varejista), além de permitir uma análise diária sobre as condições do mercado. Outro ponto é a possibilidade de mostrar o momento do mercado e as tendências, servindo de termômetro para oportunidades e ferramenta de trabalho. Por último, o jornalismo econômico nos permite estar sempre atualizados com a leitura diária de notícias sobre concorrentes, novidades e iniciativas, entre outras informações que podem ajudar na criação de ideias. Esse tripé serve para posicionar o dirigente, guiar os colaboradores e, o mais importante, movimentar o mercado.



CARLOS CARNEVALI
Presidente para América do Sul
Cisco Systems

Como um dos mais importantes multiplicadores de opiniões, a imprensa brasileira tem traçado um caminho de desenvolvimento crescente traduzindo com profissionalismo e exatidão os fatos da realidade do País e do mundo. Tenho certeza de que matérias bem apuradas e elaboradas com conteúdo rico em informações oferecem às empresas dados corretos e fiéis que as auxiliam a acompanhar o rumo do mercado e tomada de decisões. Por consequência, as organizações utilizam-se das matérias publicadas em veículos relevantes, como da Gazeta Mercantil, para traçar novos rumos, como inovar e destacar seus diferenciais frente a concorrência. Ao acompanhar estes 85 anos uma conjuntura econômica altamente dinâmica, a Gazeta Mercantil se mostra como um balizador de cenários atuais e futuros, apontando tendências e questionamentos, com comprometimento, vivacidade e profissionalismo... essenciais para a tomada de decisões no mundo corporativo.



CLAUDIO VAZ
Presidente
Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (CIESP)

Informação econômica atual, idônea e de qualidade é matéria prima essencial para quem tem atividade empresarial, especialmente no Brasil, onde oportunidades e riscos se entrelaçam de tal modo, que, às vezes, são de difícil distinção. Nossa imprensa especializada, onde a Gazeta Mercantil se destaca tanto pelo pioneirismo como pela competência, é ferramenta indispensável no processo cotidiano de tomada de decisões empresariais, que tem a competitividade como foco maior, mas que se ramifica desde as avaliações e decisões sobre suprimento de materiais, políticas de recursos humanos, momento adequado e fontes de financiamento para investir, perspectivas dos mercados de atuação e ações para ampliá-los. Analisando o passado, interpretando o presente e projetando o futuro, com base em fontes confiáveis e profissionais qualificados, nossa imprensa especializada democratiza a informação e nivela, por cima, a base para a tomada de decisões.



JORGE MATTOSO
Presidente
Caixa Econômica Federal (CEF)

A administração bancária envolve o tempo todo a gestão de informações, relativas aos clientes ou ao comportamento de uma infinidade de ativos e variáveis financeiras. A busca é sempre minimizar a inerente assimetria de informações existente na relação credor-devedor para com isso incrementar nossa capacidade de oferecer crédito ao menor custo possível. Ademais, sendo uma instituição pública cujas funções extrapolam as apenas bancárias, a Caixa precisa também buscar informações sociais e demográficas para poder melhor desempenhar suas variadas incumbências. Felizmente, desde 1920, dispomos de um jornal como a Gazeta Mercantil para ajudar a antever, apurar e interpretar os mais relevantes fatos econômicos do Brasil e do mundo.



**A INDÚSTRIA MOVE O BRASIL.
A CNI MOVE A INDÚSTRIA.**



CNI. A MARCA DA INDÚSTRIA BRASILEIRA

A CNI é a voz da indústria, um agente de transformação. Lidera a indústria brasileira na defesa de seus interesses, com foco na produtividade, na inovação tecnológica e na integração à economia mundial. Compromisso com o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade social para um Brasil mais sólido.



www.cni.org.br
www.portaldaindustria.com.br



A HISTÓRIA

1920 (1)

A Gazeta Mercantil foi fundada, no dia 3 de abril desse ano, por Bruno Francesconi, que era levantador de cadastro e informações comerciais do Banco Francês Italiano e criou a Agência Comercial e Financeira, que depois se chamou "Gazeta Mercantil e Industrial".

1920 (2)

A firma Percy D. Levy e Irmãos Corretores de Câmbio e Títulos colocou no prelo o seu "Boletim Comercial Levy", que passou a informar sobre os movimentos de títulos, protestos e publicações legais.

1934

A revista financeira dos irmãos Levy adquiriu a "Gazeta Mercantil e Industrial", de Francesconi, a qual foi agregado o termo "Financeira".

1950

No dia 17 de abril, a Gazeta Mercantil transformou-se numa publicação diária, que, com 6 mil exemplares, já se constituía

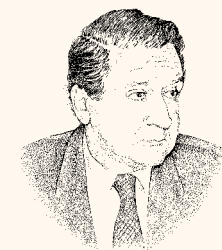
1954

O jornal deu um salto qualitativo com a compra de uma impressora rotoplana e de novos linotipos.



1966

O proprietário do jornal, o financista e deputado Herbert Levy passou o comando da empresa ao seu filho Luiz Fernando Ferreira Levy.



1974

Substituiu-o Roberto Müller Filho. "Aceitei o convite

para tocar o jornal porque tive toda a liberdade. Era a cabeça do dr. Herbert, um dos fundadores da UDN (União Democrática Nacional), que cultivava aquelas idéias de ouvir as partes, de liberdade de imprensa, de expressão, de pensamento, todo o ideário da velha UDN. Ele tinha isso muito claro e passou para o Luiz Fernando", diz Müller. Daí para frente, a Gazeta Mercantil, orientada por Luiz Fernando Levy, teve mudança radical, até transformar-se no que é um dos mais respeitados jornais de negócios reconhecidos como de primeira linha entre os similares em todo o mundo.

1975

A cobertura internacional também teve acordos exclusivos com publicações estrangeiras. Além do "Financial Times" e do "The Wall Street Journal", os mais prestigiosos jornais de economia e negócios do mundo, estavam incluídas as revistas

"The Economist", "Business Week" e "The Banker", e os artigos sobre publicidade e marketing de "Advertising Age", a bíblia do setor.

1977

Lançamento da revista "Balanço Anual". Ele inovou as relações da comunidade empresarial com as eleições de suas lideranças, que pediam mudanças na economia e cobertura política. A qualidade editorial inspirou a fundação do departamento de revistas, sendo as principais "Administração & Serviços", "Dados e Ideias", "Balanço Financeiro" e "Gourmet"

1978

"Documento dos Oito", julho - Os empresários defendem a abertura política e condenam o endevidamento externo crescente que com a desaceleração da economia, passou a ser mecanismo básico da alta dos juros.

1979 (1)

A Gazeta Mercantil, precisando ampliar a cobertura editorial, já estava investindo, ao longo dos anos na colocação de correspondentes no exterior, em Nova York, Washington, Londres, Paris, Bruxelas e Buenos Aires. Anos depois, veio



JORGE PARENTE FROTA JÚNIOR
Presidente - Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC)

A informação econômica é fundamental, não só para o meu negócio mas para qualquer empresa que atua num mercado capitalista e competitivo, qualquer que seja o negócio. A informação transformada em conhecimento, a partir de um quadro conceitual e da reflexão sobre a realidade, é o insumo básico do processo decisório de nossa empresa.

No setor de alimentos, especialmente no segmento de laticínios, em que atuamos, ficamos atentos às modificações das condições climáticas, aos níveis de estoques e aos movimentos do mercado internacional, além de acompanhar o comportamento das empresas concorrentes. Por tudo isso tem sido inestimável o serviço que a Gazeta Mercantil vem prestando ao longo desses 85 anos, ao apresentar de forma tão detalhada,

profunda e atraente essas informações.



JORGE SAMEK - Diretor-geral brasileiro - Itaipi Binacional

A informação econômica tem sido uma ferramenta estratégica para a tomada de decisões e o planejamento empresarial. Os desafios da vida moderna nos obrigam a estar sempre sintonizados, pois a informação se dissemina com uma velocidade impressionante e, às vezes, pode produzir resultados inesperados. Quem não estiver ligado na informação econômica não sobrevive num mercado de trabalho competitivo como é o atual.



JORGE STEFFENS
CEO - Datasul

O mercado é uma espécie de ecossistema em que cada um dos elementos interage com os demais, influenciando o resultado. Quando pensamos em tecnologia, o panorama de mercado, altamente dinâmico, reflete quais serão os focos de investimento das empresas no momento. Por isso, é preciso estar constantemente informado em relação à economia, negócios e política, assim, identifique oportunidades e traço estratégias comerciais mais precisas. Com uma notícia completa em mãos posso avaliar o impacto que ela causará no mercado e prever de que forma a companhia será afetada. Dependendo do grau de relevância do que foi noticiado, isso pode implicar em diversas mudanças na estratégia de comercialização do produto, na área de desenvolvimento, no planejamento de um lançamento, etc.



JOSÉ ARMANDO DE FIGUEIREDO CAMPOS
Presidente - Companhia Siderúrgica de Tubarão (CST)

A credibilidade que a Gazeta Mercantil conquistou ao longo dos seus 85 anos é reflexo do compromisso com a informação jornalística de qualidade e do total respeito às fontes e, sobretudo, aos leitores. Consolidou-se, desta forma, como um jornal sério e ético, que demarcou o seu papel na história do jornalismo econômico brasileiro. Trata-se de um veículo formador de opinião para o meio executivo, especialmente pelo trabalho desenvolvido com isenção e autonomia. Suas reportagens contribuem para delinear cenários e tendências setoriais, considerando os dados mais relevantes e as melhores fontes do mercado.

Assim como para a Gazeta Mercantil, credibilidade é a palavra-chave nos negócios da CST e um foco permanente em toda a sua estrutura corporativa. É com grande satisfação, portanto, que acompanho a consolidação da Gazeta Mercantil como referência em informações econômicas na América Latina. Parabéns a todos que colaboraram para fazer deste jornal um forte instrumento de informação e compreensão da conjuntura econômica e social brasileira.



JOSÉ ERMIRO DE MORAES NETO
Presidente Banco Votorantim

No mercado global, atento à comunicação instantânea, especializado e extremamente competitivo, a informação tornou-se insumo vital para todos os negócios. No caso específico das instituições financeiras, poderíamos dizer que além de matéria prima e ferramenta, a informação econômica é também valioso subproduto. Dados e análises do nosso departamento econômico são fonte permanente para clientes, imprensa, governos – para todo o mercado, enfim –, em um círculo virtuoso de informação. Um exemplo é a pesquisa Focus, do Banco Central. Nesse contexto, são inestimáveis os serviços prestados ao País pelos jornalistas da Gazeta Mercantil ao longo de mais de oito décadas.

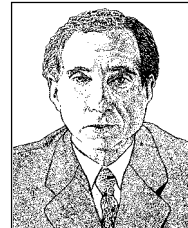


JOSÉ ISAAC PERES
Presidente - Multiplan

Acompanhamos as informações oferecidas nas diversas publicações da Gazeta Mercantil. Um jornal que, sem dúvida, merece todo o respeito pela qualidade e consistência das matérias sobre economia em geral e muito especialmente sobre o comércio, no qual estamos fortemente inseridos. As informações têm servido como uma bússola, orientando os navegadores da economia na tomada de decisões.

Os shopping centers, em particular no Brasil, têm forte ponto de apoio na iniciativa da Gazeta Mercantil. Ficamos felizes, pois se trata de um dos setores mais importantes do País: hoje emprega 480 mil pessoas e já tem um faturamento de R\$ 36,6 bilhões, o que corresponde a 18% do PIB do varejo (excluindo o ramo

automotivo). Esse setor, infelizmente, não dispõe de linha de crédito de longo prazo compatível com a sua importância para o desenvolvimento do País.



JÚLIO GOMES DE ALMEIDA
Diretor executivo - Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (Iedi)

A informação econômica é fundamental para a pesquisa. O Iedi realiza pesquisas econômicas, na maior parte estudos de médio porte, ou seja nem pesquisas longas nem trabalhos jornalísticos. A importância da imprensa especializada em informação econômica é fundamental como fonte para os nossos trabalhos. Um exemplo concreto disso e especificamente relacionado à importância da Gazeta Mercantil neste contexto foi o trabalho "A internacionalização das empresas brasileiras" realizado pelo Iedi em 2003. Esse trabalho foi muito baseado em informações da Gazeta Mercantil. Só um jornal especializado em economia poderia suprir dados que o Banco Central até tem, mas não fornece.



LAÉRCIO COSENTINO
Presidente Microsiga

Começar um dia bem informado é fundamental para qualquer empresário ou executivo que necessite da informação, como uma arma de competitividade. Existem dois grandes nichos de informações: as internas, ou seja, da própria empresa e as externas, do mercado, concorrência, negócios, economia e governo. O primeiro grupo é suportado pelos sistemas de gestão por meio das ferramentas de BI e Workflow e o segundo por notícias, comentários, observações e análises de jornais, internet e revistas. Cabe ao empresário ou executivo buscar suas fontes de informação para que ele sempre esteja atualizado e para que possa decidir de forma embasada, com realidade ou ponto de vista construído pela informação de excelente qualidade, e avaliada pelo espírito empreendedor.

LÍDERES DE MERCADO



GAZETA MERCANTIL 85 ANOS
PAULOCTÁVIO 30 ANOS



www.paulooctavio.com.br

Os 85 anos da gazeta mercantil e os 30 anos da paulooctávio são o resultado de uma equação que soma e multiplica inovações tecnológicas, modernização das relações capital/trabalho, preservação do meio ambiente e integração com a comunidade. Uma somatória que cria e fortalece mercados, consolidando, também, o próprio país.



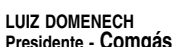
LAWRENCE PIH
Presidente - Moinho Pacifico

Se a Gazeta Mercantil não existisse os empresários teriam que inventá-la. O escopo das informações da Gazeta Mercantil é de fundamental importância para os empresários. Ela presta um serviço de grande valor para todos nós. As notícias veiculadas pela Gazeta Mercantil sintetizam as necessidades de informações dos empresários brasileiros. A principal diferença da Gazeta Mercantil para os outros veículos de comunicação é sua neutralidade para abordar qualquer tipo de assunto.



LUIZ DE CAMPOS SALLES
Presidente Itaú Seguros

A Gazeta Mercantil sempre trouxe à tona as tendências do mercado, as boas e as más oportunidades do mundo dos negócios e os impactos dos três poderes da República na livre iniciativa, todas informações indispensáveis para o desenvolvimento ou revisão de estratégias. No meu negócio, é através da Gazeta Mercantil que obtenho a parcela mais significativa de "inteligência" sobre o comportamento dos meus concorrentes e do mercado, servindo como parâmetro decisivo para a orientação das atividades sob minha responsabilidade.



LUIZ DOMENECH
Presidente - Comgás

O acesso à informação econômica é de fundamental importância no mundo dos negócios, pois possibilita ao executivo uma melhor compreensão dos fatos e uma visão mais ampla da política econômica mundial, nacional e local. Análises e reportagens sobre o dia-a-dia da economia, o mercado de ações, a cotação de moedas, as taxas de risco do país, as mudanças de rumo da economia, os investimentos anunciados pelas organizações, orientam o executivo no presente momento e, fundamentalmente ajudam na formação de um desenho mais claro sobre o futuro. As informações econômicas são chaves para avaliar e poder mitigar os possíveis riscos ao negócio. Principalmente no globalizado e dinâmico mundo dos negócios, a informação correta e precisa, divulgada por um veículo sério, é ferramenta de fundamental importância para a tomada de decisões.



LUIZ FERNANDO CIRNE LIMA
Diretor superintendente Copesul

Livre mercado e democracia são irmãos siameses. Uma imprensa livre e independente é um dos fundamentos desse binômio, pois a democracia depende da liberdade de expressão assim como o mercado livre da informação confiável. Sem democracia não há igualdade de oportunidades e espaço aberto para iniciativa, assim como os negócios dependem do pleno conhecimento dos fatos, isentos de manipulação de interesses ou de ideologias. A imprensa econômica é, portanto, instrumento de trabalho para empresários e executivos. Uma empresa como a Copesul, que atua como compradora e vendedora nos mercados mundiais, é consumidora e dependente da informação de alta credibilidade para tomar suas decisões de investimento e de negócios com seus clientes. Nesse aspecto, destaco a participação da Gazeta Mercantil na formação de opinião brasileira, porque preenche integralmente esse espaço da vida econômica e política do País. Como ex-integrante de seu conselho editorial entre 1974 e 1996, tenho orgulho e satisfação de cumprimentar seus proprietários, jornalistas e funcionários pelos 85 anos de bons serviços à economia brasileira e ao País.



LUIZ GALEBE
Presidente Shop Tour

Não há como programar um passo dentro de uma empresa sem medir quanto custará e quanto renderá esse passo. Empresário que toma atitudes sem planejamento não dura muito tempo. A exemplo do que acontece nas empresas, os negócios são dependentes de informações econômicas do mercado em geral. Muitas vezes, no Shop Tour, colocamos um novo produto comercial à venda simplesmente porque houve uma fusão entre duas grandes empresas de telefonia ou uma marca conhecida internacionalmente se instala no Brasil. Estamos atentos às tendências de mercado e ao comportamento dos setores. Se uma montadora de veículos vende muito ou pouco, não importa; saber o que está acontecendo no mercado é vital para o sucesso de qualquer negócio. E, nesse aspecto, a Gazeta Mercantil é ferramenta imprescindível.

o México. Na esfera doméstica, inaugurava no dia 6 de novembro sua primeira impressão simultânea a laser entre São Paulo e Rio de Janeiro.

1979 (2)

"Um ano quente" - O acordo nuclear com a Alemanha respingou sobre a GZM. Publicamos muito sobriamente a matéria sobre o tratado secreto entre os dois países sob o título "Poder de decisão da Nucleo". E o jornal foi apreendido. Pressão política muito grande. O deputado Herbert Levy foi ameaçado de ser cassado, mas ele reagiu com altivez, já que se tratava de um revolucionário de primeira ordem de 1964.

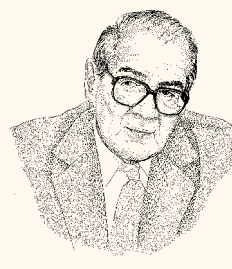
1980

A expectativa da multimídia levou a GZM a entrar no meio eletrônico de televisão, com o programa "Dinheiro", na TV Gazeta, em São Paulo. O modelo, baseado na prestação de serviços que atende o bolso do espectador, foi depois espalhado por todos os programas de informação setorializada. Em seguida, veio

o programa dominical de entrevistas com líderes da sociedade brasileira. Era o "Crítica & Autocrítica".

1982 (1)

É instituído o "Fórum de Líderes Gazeta Mercantil", para dar expressão ao pensamento político e econômico do empresariado. Líderes permanentes: Antônio Ermirio de Moraes, Olavo Egydio Setubal, Jorge Gerdau Johanperter, José E. Mindler, Cláudio Bardella e Abílio dos Santos Diniz.



Herbert Levy era proprietário, ficou sendo parte do Banco Itaú. Aliás, Herbert Levy tornou-se "chairman" do Itaú e o presidente era Olavo

1982 (2)

Reestruturação societária. Entram vários sócios pesados. Mas um caso foi emblemático. O jornal tinha muitas boas relações com a família Setubal, porque o Banco de América, do qual

Setubal. Numa de suas reuniões, o dr. Olavo disse: "Eu entro como sócio, porque precisamos de um jornal no qual podemos confiar. Foi o único jornal que não aceitou um pedido meu e publicou uma matéria que era contra os interesses. Eu não gostei, mas passei a respeitar esse jornal".

1984

Lançamento, em janeiro, da "International Weekly Ediction", para o público estrangeiro.

1987

"Prêmio Maria Moors Cabot, da Universidade de Colúmbia, Nova York". Concedido no dia 29 de outubro de 1987, ao jornal da América Latina "com compromisso incessante de informar com isenção, imparcialidade e zelo pela verdade".

1990

No dia 13 de agosto é criado o caderno "Leitura de Fim de Semana", antes chamado de "Mercados". A idéia inicial era reunir num só local apenas informações úteis a investidores mas negócios pessoais de empresários, que envolviam gado, cavalos de raça, em suma aquele dinheiro "extra". Para abrandar a frieza

dos números, foi introduzido material de leitura mais amena, tratando de assuntos pessoais diversos: lazer, esporte, comida e vinho, artes, sempre sob o enfoque da economia e negócios, que é o principal interesse de nossos leitores. Neste mesmo ano, começa a ser publicado "Panorama Setorial" (PS), análise econômica e de negócios em profundidade.

1991

Informações eletrônicas sem segredos. O embrião do Invest News está pronta para os desafios. A tecnologia da época ainda era capenga para todo mundo, não só para nós. Formalizou-se em 1995.

1993

O Instituto Herbert Levy atua como elemento de conexão entre uma oportunidade de ação social e a captação de recursos junto a um ou mais patrocinadores.

1994

Mudança de sede social da rua Major Quedinho, 90, no centro da cidade, para a rua Francisco Pitta Brito, 125, em Santo Amaro, São Paulo. Houve uma reforma gráfica: seis colunas de segunda à última página.

1995

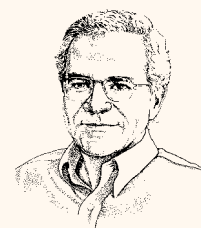
Unidades Regionais de Negócios - Luiz Fernando tentou "universalizar" o Brasil, criando edições regionais que contribuíram para dar uniformidade à cara de GZM.

1998

Logística - O desafio de entregar o jornal na hora certa.

1999

"Gazeta Mercantil Latino-Americana".



2003

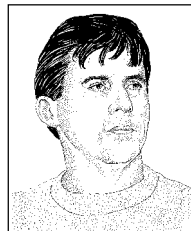
A 21 de agosto, a Cia. Brasileira de Mídia (CBM), do empresário Nelson Tanure, controladora da Editora JB S/A, arrenda por 60 anos a Gazeta Mercantil S/A.

2004

Em dezembro, lança o BIG (Brasil International Gazeta), um jornal eletrônico diário editado em português, inglês e espanhol. E semanal em francês, árabe, russo e mandarim. Pode ser acessado em 120 países.

2005

Aos 85 anos, renasce mais forte.



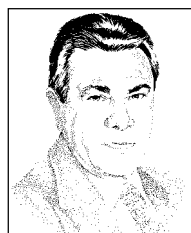
Informações econômicas são fundamentais para a nossa entidade, uma vez que a economia pauta a maior parte das ações da CUT e dos sindicatos a elas filiados. É através do noticiário que podemos saber o que está ocorrendo nos diversos setores econômicos e que nos pautamos para, por exemplo, desenvolver campanhas salariais, para formular propostas ao governo (ou cobrá-lo) sobre a condução da política econômica do País. Assim, para nós, veículos como a Gazeta Mercantil, dedicado quase que totalmente à cobertura econômica, são de leitura obrigatória.

LUIZ MARINHO - Presidente - Central Única dos Trabalhadores (CUT)



Acredito que a democratização da informação é fundamental para que possamos construir uma sociedade madura e consciente. A informação de qualidade, oferecida com ética, é preciosa na medida em que contribui para o acerto na tomada de decisões de impacto para a vida das pessoas. Admiro o jornal Gazeta Mercantil pela seriedade com que conduz suas atividades e pela credibilidade conquistada a cada dia, nestes 85 anos de trabalho. É uma empresa madura que se firmou por sua competência e respeito às fontes e ao leitor, e que tem tudo para continuar contribuindo para o desenvolvimento do Brasil.

LUIZA HELENA RAJANO RODRIGUES
Superintendente
Magazine Luiza



A informação de qualidade é fundamental não só para nossa atividade como para toda sociedade. No aspecto da economia, contribui para o seu bom funcionamento. Permite a eficiência dos sistemas de comércio, produção e prestação de serviços, ao democratizar todas as informações relevantes. Contribui para um ambiente onde a competição e a concorrência de mercado se dê de forma justa e ética.

A Gazeta Mercantil, ao comemorar seus 85 anos, permanece participante ativo e diário da tradição de qualidade dos veículos brasileiros de informação econômica. A Gazeta Mercantil é uma escola. Passaram por sua redação várias gerações de jornalistas especializados em economia, que ajudam hoje a manter o Brasil na rota do crescimento e da justiça social, sem descuidar de uma política econômica coerente e equilibrada.

MÁRCIO CYPRINAO
Presidente
Bradesco



MARCOS DE MARCHI
Vice-presidente
Rhodia Poliamida
América do Sul

É fundamental, nos dias atuais de globalização dos mercados, que a informação sobre economia e negócios seja acurada, precisa e tratada com profundidade. Vivemos um período em que o tempo é um recurso escasso. Portanto, ao despendermos uma parte desse recurso na busca de informações que muitas vezes são vitais para nossas decisões de negócios, temos de recorrer às fontes que sabemos que contribuirão para agregar valor às nossas tarefas. A Gazeta Mercantil, ao longo de sua trajetória de 85 anos, tem cumprido exemplarmente esse papel de fonte confiável. E com satisfação que parabeno a direção do jornal e sua equipe de profissionais, desejando a todos muito sucesso em suas atribuições.



MÁRIO CÉSAR PEREIRA DE ARAÚJO
Presidente
TIM Brasil

Para tomar uma decisão o executivo precisa estar bem preparado, contando com dados internos de sua companhia, informações sobre o mercado em que atua e sobre o contexto econômico e político do país. Nesse ponto é preciso contar com informação clara, precisa e, acima de tudo, de credibilidade. É essa informação que ajuda o executivo a avaliar os diversos cenários que uma tomada de decisão pode acarretar e que serve de base para a escolha das melhores opções para criar inovação e gerar resultados, tanto para os acionistas e funcionários, quanto para a sociedade como um todo.



Mais que um jornal, a Gazeta Mercantil é um instrumento de trabalho. Ao longo de seus 85 anos, firmou-se como uma referência para empresários e acadêmicos. É a leitura oficial dos negócios, pois forma opinião e abre caminho para novos empreendimentos. Acompanho diariamente os principais jornais de economia e negócios do mundo e posso afirmar que a Gazeta é um deles.

MÁRIO GARNERO - Presidente - Grupo Brasilinvest



MAURÍLIO BIAGI FILHO
Presidente
Usina Moema e Central
Energética Vale doSapucaí (Cevasa)

Aquele boletim mimeografado, que circulava diariamente com informações econômicas entre membros da legendária família Levy, continua como há 85 anos - importante. Nenhuma empresa, nenhum empresário, nenhuma escola ou estudante de economia, administração de empresas ou de sociologia do Brasil chegou ao sucesso sem contar com a Gazeta Mercantil em seu currículo ou na história da pujança de seu empreendimento. Ela está na vida do estagiário ao proprietário, do trainee ao CEO, do calouro ao doutor. A história da modernização da socioeconomia brasileira passa pela Mercantil. O que acontece hoje não é novidade para seus leitores, sempre acostumados e familiarizados com tudo o que se implanta na atualidade: a impressão das páginas do jornal transmitidas via satélite; os primeiros programas específicos de debate sobre a economia brasileira na televisão; o incentivo aos programas ISO; o "Fórum de Líderes" (ONG, quando não se falava nem no conceito de ONG, para abordar de forma integrada os problemas econômicos nacionais); "Os Líderes do Mercosul" (um sonho acalentado pelo presidente da República desde os primórdios do novo sindicalismo brasileiro) e a defesa da livre iniciativa e dos empresários nacionais - micro, pequenos, médios e grandes. No começo, ela era leitura obrigatória, mas quase exclusiva, de responsáveis por todos os setores da economia, servindo como elo comunicador entre a indústria, o comércio, a agropecuária e o banco. Foi por ela que agricultores, pecuaristas, industriais, banqueiros e comerciantes aprenderam a conhecer a saga de quem financia, faz, cultiva, cria e vende para a sociedade. A Gazeta apresentou um ao outro e todos esses personagens ao Poder. Pela história, há de se ver que não se conheciam como se conhecem agora, graças à conduta editorial inovadora, sempre, e à garra de seus profissionais, que jamais se esquecem dessa verdadeira escola, a um só tempo, de jornalismo, de economia e de jornais e revistas de economia. Sua credibilidade não pode ser ameaçada por dificuldades de momento. Nós, das classes produtoras, esperamos que ela jamais perca sua índole de, em vez de simplesmente cobrir, descobrir os fatos, sem encobrir nenhum. Essa missão, cumprida no dia a dia dos que escrevem a história a queima-roupa - os jornalistas -, torna a Gazeta a grande consultora de milhares e milhares de empresários e empresas no Brasil e no Exterior. Ela trouxe para a imprensa brasileira o talento de informar e formar numa área antes inóspita, a da realidade dos números e seus caprichos. Ela foi das primeiras a consagrar o êxito e seus responsáveis e a de alertar para os perigos do caminho do fracasso. Jamais omitiu os nomes de empresas e empresários, sob o argumento estranho de que, revelando-os, estaria fazendo propaganda dos homens e suas instituições.

© 2005 KPMG é uma firma-membro brasileira da KPMG International, uma cooperativa suíça. Todos os direitos reservados.

KPMG no Brasil



Oferecemos:

AUDIT
Financial Statement Audit

TAX
International Corporate Tax,
Indirect Tax,
International Tax Services,
International Executive Services,
Transfer Pricing,
Mergers & Acquisitions,
Financial Services
Outsourcing

ADVISORY
Financial Advisory Services:
Corporate Finance, Corporate Recovery,
Forensic, Transaction Services.

Risk Advisory Services:
Information Risk Management,
Internal Audit Services,
Industry Risk Based Services,
Financial Risk Management,
Actuarial Services

Human Resources Advisory Services:
Executive Search e Career Services.

AUDIT • TAX • ADVISORY

KPMG



MIGUEL SAMPOL
Diretor Geral - Klabin

Para qualquer cidadão, estar atento simultaneamente às notícias de sua comunidade e do mundo é algo essencial. Para uma empresa que se dispõe a ser um competidor global isso se constitui num desafio obrigatório. Mais do que acesso à enorme quantidade de informação disponível, em tempo real, nesses tempos de globalização, é indispensável dispor de informação de qualidade. É justamente isso que se pode encontrar num jornal com a tradição, a qualidade e a experiência da Gazeta Mercantil. Afinal, são 85 anos de prática de um jornalismo focado no que há de importante no mundo dos negócios e da economia, destacando aspectos relevantes da vida das empresas e do País.

Consolidar sua credibilidade, década após década, é um desafio que a Gazeta Mercantil soube cumprir muito bem. A Klabin, que completa neste dia 19 de abril, 106 anos de fundação, acompanhou de perto essa história. Como primeiros produtores de papel imprensa do País, tivemos a honra de ser fornecedores de papel para a Gazeta. Como empresa líder nos segmentos em que atuamos, no ramo de papéis para embalagens e embalagens de papel, tivemos a satisfação de, inúmeras vezes, sermos destacados nas notícias desse jornal. Esperamos que a Gazeta Mercantil mantenha-se vigorosa, pelos próximos 85 anos, para divulgar boas notícias das empresas brasileiras.



NORMÉLIO RAVANELLO
Vice-presidente para América do Sul e Central
Massey Ferguson

No meio empresarial, a informação é a matéria-prima para a análise e a percepção das consequências de nossas decisões. A informação econômica é imprescindível para o agronegócio, pois acompanha de perto os vários momentos da história da agricultura brasileira. Ao participar dessa história, a imprensa nos fornece condições para acompanharmos criticamente o crescimento do setor no país e as oscilações do mercado. Além disso, traz subsídios importantes para o produtor rural e serve de porta voz de suas necessidades para o resto da sociedade.

Ao conferir e divulgar a evolução do setor de mecanização, os lançamentos das empresas e os avanços tecnológicos, a imprensa presta serviço inestimável à indústria de máquinas agrícolas e aos produtores rurais que buscam mais eficiência para suas lavouras. O agronegócio é um dos setores mais promissores da economia brasileira. A imprensa do nosso País tem consciência dessa importância e é uma aliada do produtor.



OTAVIO PIVA DE ALBUQUERQUE
Presidente
Expand Group

Há anos assino a Gazeta Mercantil e gosto de recebê-la em casa e não no escritório. É que eu só saio de casa depois de ter lido o jornal inteiro. Quando chego ao escritório leio os cadernos de economia do *Estado de S. Paulo* e da *Folha de S. Paulo*. Gosto de ler todos para ter uma visão bem ampla dos fatos pois o noticiário econômico é fundamental para mim enquanto empresário. Não dá para conduzir uma empresa sem estar por dentro das análises de jornalistas e de outros empresários sobre política nacional, internacional, mercado, etc. O jornal ainda é a melhor fonte de informação.



MILTON LUIZ MILIONI
Presidente nacional
Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec)

A imprensa, para os profissionais da Apimec, sempre foi fundamental. Os jornais, além de terem sido os primeiros a darem com detalhes os balanços das empresas, o que facilitou o acesso de analistas de mercado aos dados corporativos, são fontes de credibilidade e de alto alcance de público. Mesmo com vários meios eletrônicos, repassando informações em tempo real, os jornais ainda se destacam pelo detalhamento do material econômico que publicam.



OMILTON VISCONDE JR.
Presidente
Biosintética Farmacêutica

A Gazeta Mercantil, o mais tradicional diário de economia e negócios, tem prestado ao longo de sua existência um serviço inestimável ao País e às empresas, por seu jornalismo independente, imparcial e rigoroso. O jornal é, reconhecidamente, uma verdadeira escola de jornalismo econômico e sempre contribuiu para a formação e o aperfeiçoamento de gerações de talentosos e competentes jornalistas de economia e negócios. Por todos os seus méritos, a Gazeta Mercantil tornou-se leitura obrigatória de uma comunidade formada por políticos, empresários, executivos e todos aqueles que necessitam de informações objetivas e precisas para tomar decisões nas áreas em que atuam.

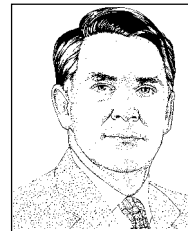
Além do rico noticiário, o jornal se caracteriza pelo pluralismo, abrindo espaço para análises e opiniões diversas, o que enriquece o debate nacional e, conseqüentemente, a democracia brasileira.



PATRICK HOLLARD
Diretor geral
Michael Page
International

Estar sempre bem informado é essencial em uma atividade cíclica e estreitamente vinculada às variações da atividade econômica como a área de recrutamento e seleção de recursos humanos. É possível ter uma visão mais clara e antecipar a movimentação em determinados momentos. Nosso ciclo é muito volátil e temos de acompanhar os fundamentos da macroeconomia para tomar decisões estratégicas em nosso negócio.

Do lado microeconômico, acompanhamos os setores em expansão e qualquer informação como quem está comprando, quem está abrindo uma nova planta, ou aumentou as exportações, para identificar quem potencialmente vai precisar de contratar mais funcionários. Acompanhamos também a publicação dos balanços das empresas para levantar quais apresentam boa performance. No mercado internacional, é importante saber quais grupos estão investindo nos mercados emergentes e no Brasil.



PATRICK LARRAGÓITI
Presidente
SulAmérica Seguros

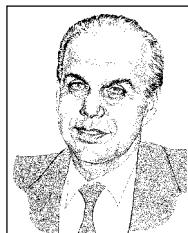
Ao longo de seus 85 anos de vida, a Gazeta Mercantil sempre teve peso relevante no desenvolvimento da economia brasileira, em função do acompanhamento jornalístico constante e preciso das tendências de mercado dentro e fora do País, que ajudam a nortear as decisões do empresário nacional. Para a SulAmérica, que atua há 110 anos no mercado, a parceria com a Gazeta Mercantil como fonte de informações analíticas e muito bem apuradas já vem de longa data. Não só no que diz respeito à cobertura diária e competente do setor de seguros, como em todos os segmentos da atividade econômica nacional. Tanto que a SulAmérica tem o orgulho de ter escolhido o jornal como veículo de divulgação de seus balanços. Assim como a SulAmérica, a Gazeta Mercantil tem

demonstrado, com muito dinamismo e confiança, que tradição e modernidade são atributos que precisam caminhar sempre juntos. Em nome do grupo SulAmérica, parabéns a Gazeta Mercantil por mais essa vitória.



Além dos aspectos específicos de sua atividade principal, as organizações precisam de conhecimento amplo do cenário de negócios de seus clientes, fornecedores, concorrentes, agentes governamentais e da sociedade onde atua. Nenhuma empresa trabalha isoladamente. A informação complementar é essencial para a adequada tomada de decisões.

NILSON PEREIRA SOUSA - Diretor - Alumar

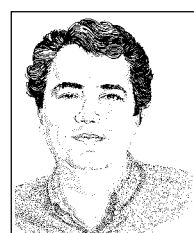


OSMAR ELIAS ZOGBI
Presidente
Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa)

A informação, nos dias de hoje instantânea, graças à evolução dos meios eletrônicos, complementada pela análise de seu efetivo significado nos jornais, ganha maior importância na gestão dos negócios e geração de oportunidades, quando analisadas por órgãos especializados para melhor compreensão dos gestores empresariais. É o caso da Gazeta Mercantil nos tempos atuais e, anteriormente, exclusividade dela, precedendo o advento admirável da informação virtual, que o jornal também passou a adotar, adequando-se aos meios modernos da evolução do mundo.

As informações jornalísticas são, hoje, uma ferramenta indispensável aos administradores de empresas no sentido de que possam praticar, com eficiência, os procedimentos da boa governança corporativa em todas as áreas de atuação e no cumprimento de seu papel junto à sociedade.

A informação séria é indispensável nesse processo, razão pela qual saudamos os 85 anos de participação efetiva da Gazeta Mercantil nessa cadeia dinâmica que promove a competência das empresas e o desenvolvimento nacional, com a consequência inexorável da geração de empregos, distribuição de rendas e enriquecimento da produtividade competitiva, através da melhoria concomitante e qualificada dos trabalhadores em todos os níveis das empresas.



NIZAN GUANAES
Presidente - África

Ser empresário ou ser executivo é decidir a curto, médio e longo prazo. E você não pode tomar decisões sem ter informação. Não conheço ninguém relevante na área empresarial do País, seja executivo, seja acionista, seja empresário, enfim que toca o seu negócio, que não comece o dia lendo as principais fontes de informação existentes. E entre essas, sem dúvida nenhuma, está posicionada, há muitos anos, a Gazeta Mercantil.

Acho que todo mundo que tem *hands on* seu negócio, que está olhando para ele, fica o tempo todo em busca da informação confiável, da análise que antecipa, das opiniões que constituem cenários para poder avaliar o mercado e fazer correções de curso. Para poder estar à frente dos concorrentes. Então, nesse sentido, a informação é uma das principais matérias-primas das empresas.



Informações de qualidade e no tempo adequado são ingredientes essenciais para o bom planejamento da vida empresarial. Análises corretas sobre a evolução dos mercados, da economia nacional, da atuação da concorrência e das práticas regulatórias contribuem para a tomada de decisão estratégica de investimento das corporações.

PAULO CASTELO BRANCO - Presidente - NEC do Brasil



PAULO PEREIRA DA SILVA
Presidente
Força Sindical

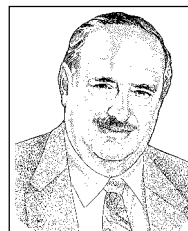
Saber sobre as decisões que o governo federal toma para a economia é de vital importância para os sindicatos e mais ainda para o trabalhador. Para os sindicatos, porque sabem o que reivindicar, pelo que lutar. Para o trabalhador, porque o crescimento econômico de um país traz o aumento da renda, aumentando o poder de compra, maior consumo e assim mais oportunidades de emprego são criadas no mercado. Nossa principal preocupação é o trabalhador. Lutamos por melhorias, por mais empregos, por menos impostos. Existe uma tendência ao favorecimento de banqueiros quando os juros são aumentados e não há investimentos internos. É nossa tarefa informar e relembrar o governo das propostas prometidas para a população, os brasileiros não podem ser ludibriados.



PAULO SKAF
Presidente
Federação das Indústrias do Estado de SP (Fiesp)

A informação econômica de qualidade, como a fornecida pela Gazeta Mercantil em seus 85 anos de vida, é fundamental para os setores produtivos. Numa economia altamente segmentada e especializada como a contemporânea, a informação é o elo decisivo para que empresários, executivos, lideranças classistas, trabalhadores e pessoas físicas tenham consciência do todo e possam tomar decisões mais seguras, coerentes e eficazes. Isto vale para um grande contrato de exportação, passando por negociações com clientes e fornecedores, até uma simples aplicação do dinheiro que sobrou do salário.

No universo corporativo contemporâneo, sem informação econômica a gestão empresarial praticamente seria inviabilizada. Saber é quase sinônimo de gerenciar num mundo em que uma decisão de investimento ou desinvestimento em Cingapura ou na Indonésia pode significar oportunidade abrupta de um novo empreendimento em Manaus. A informação adequada, clara, confiável e objetiva amplia as oportunidades de negócios, confere agilidade e se constitui em claro diferencial competitivo.



Ao longo dos seus 56 anos de atividade, as Empresas Randon têm mantido uma estreita parceria com a Gazeta Mercantil pela sua trajetória de seriedade no trato da notícia econômica, retratando fielmente a realidade brasileira e utilizando, para isso, uma adequada linguagem empresarial. A Gazeta Mercantil fala a linguagem do negócio e tem se mostrado parceira do empresário nas suas rotinas como incentivadora da geração de empregos e de renda, imprescindíveis para movimentar a roda da economia. A Gazeta Mercantil, vida ainda mais longa com o nosso abraço e votos de prosperidade.

RAUL RANDON - Presidente - Empresas Randon



RAY YOUNG
Presidente
General Motors do Brasil

Nestes 15 meses em que estou na presidência da General Motors do Brasil aprendi a consultar no dia-a-dia as notícias publicadas pela Gazeta Mercantil, enfocando temas relacionados ao setor automobilístico, incluindo os segmentos ligados à cadeia automobilística, como os fornecedores, concessionários, bem como as áreas de logística, publicidade e propaganda. Também gosto de ler as reportagens publicadas semanalmente no caderno "Carro", as quartas-feiras, que enfocam mais as novidades relacionadas aos veículos produzidos no Brasil. Sem dúvida alguma, a Gazeta Mercantil é uma leitura obrigatória para quem atua no mundo dos negócios.



A informação econômica é uma ferramenta poderosa, em especial para quem, como nós, trabalha em um ambiente de negócios. O nível de clareza, objetividade e precisão de uma informação pode definir ganhos e perdas no mercado de capitais ao contribuir para a tomada de decisão sobre o investimento. A Gazeta acompanhou o crescimento da Bolsa noticiando com isenção todas as nossas boas e más notícias. É por isso que muito nos alegra em participar do aniversário de 85 anos do jornal. Vocês todos estão de parabéns!

RAYMUNDO MAGLIANO FILHO - Presidente - Bolsa de Valores do Estado de São Paulo (Bovespa)

Parabéns a quem coloca no papel a força da economia brasileira

A Rodobens Consórcio, maior empresa de consórcios do Brasil em patrimônio líquido, é especialista em tirar do papel e transformar em realidade os sonhos e planos de milhares de brasileiros. Em quase 40 anos de atuação, a Rodobens já entregou mais de 140.000 caminhões e ônibus, 15.000 imóveis e 24.000 automóveis.

A Gazeta Mercantil coloca no papel toda a vitalidade da capacidade brasileira de produção, sempre com isenção e independência, ajudando o país a entender os rumos de sua economia. No momento em que essa missão completa 85 anos, é nosso papel homenagear a quem tanto contribui com o Brasil.

PARABÉNS DA RODOBENS CONSÓRCIO PELOS 85 ANOS DA GAZETA MERCANTIL.

RODOBENS CONSÓRCIO

0800 701 0212
www.rodobens.com/consorcio



RENAN CALHEIROS
Presidente do
Senado Federal

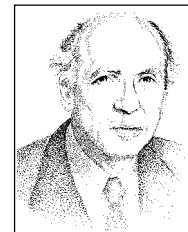
Com sua informação qualificada, analítica, a Gazeta Mercantil é leitura obrigatória para políticos, seja no Legislativo, seja no Executivo em seus três níveis, bem como para todo profissional que tem a responsabilidade de tomar decisões. A Gazeta alcançou no Brasil status semelhante ao do inglês *Financial Times* e ao do norte-americano *The Wall Street Journal*. É uma publicação especializada em economia e negócios de total credibilidade.

Mesmo sofrendo das mesmas dificuldades que atingem a todos os jornais brasileiros nos últimos anos, a Gazeta diversificou seus produtos, criou a agência de notícias em tempo real *InvestNews*, foi pioneira nas edições regionais em 20 estados brasileiros e criou o *Fórum Empresarial Gazeta Mercantil*, além das edições semanais em inglês e espanhol. Em Brasília, o jornal sempre se notabilizou pelo alto nível de seus profissionais. Por tudo isso, parabéns pelos 85 anos, aniversário que traz à lembrança o saudoso Herbert Levy.



PAULO PORTO LIMA
Diretor-geral
Expresso
Guanabara

A qualidade das gestões nas empresas hoje está diretamente relacionada aos níveis de acesso a informação dos seus administradores. O bom gestor se diferencia pela boa leitura da realidade, em toda sua complexidade. Evidentemente, é inconcebível, independente do setor, que algum empresário ou executivo prescindia de informações diárias do comportamento da economia. A leitura diária de informações econômicas tem nos proporcionado condições mais adequadas no processo decisório das nossas empresas, tem nos dado mais segurança e confiança pois a competitividade e as apertadas margens de lucro nos obrigam a sermos cada vez mais competentes.



EMBAIXADOR RUBENS RICUPERO
Diretor - Faculdade de
Economia da FÁAP

A Gazeta Mercantil teve papel pioneiro na modernização do jornalismo econômico brasileiro. Durante os anos em que fui embaixador junto ao GATT, na década de 1980, muitas vezes a Gazeta era minha única fonte e informação sobre o que acontecia com o comércio exterior brasileiro. A qualidade analítica de certas reportagens, a vocação de revelar aspectos novos da internacionalização crescente da economia brasileira, com frequência me fizeram descobrir realidades de que eu não suspeitava.

Mais tarde, como embaixador nos Estados Unidos, descobri outra faceta valiosa da Gazeta: a organização de seminários e debates sobre a economia brasileira no exterior ou no Brasil. Os dois casos que citei mostram que o jornalismo econômico transcende o campo estrito da informação para, em certas ocasiões, preencher outras finalidades, as de alertar para tendências ainda não percebidas, por exemplo, ou para promover melhor conhecimento da realidade do Brasil no exterior.



RANALDO CAMPOS SOARES
Presidente - Usiminas

Há um jargão na própria imprensa que diz que informação é poder. É assim também no mundo empresarial. Informação é decisão. Para tomar decisões acertadas, dirigentes e executivos precisam de informações qualificadas e seguras não só sobre a empresa que comandam, mas também sobre todos os fatores que influenciam os negócios, como mercados, tendências, novos produtos e macroeconomia. A Gazeta Mercantil vem cumprindo esse papel há 85 anos, atuando como um farol avançado sobre o panorama econômico do País e do mundo e possibilitando, dessa forma, que as empresas encontrem os melhores caminhos a seguir. E, mais que isso, tem sido muito importante para buscar soluções para os grandes problemas brasileiros, através principalmente do *Fórum de Líderes* - um espaço privilegiado de debates que já gerou avanços significativos no mundo corporativo brasileiro.



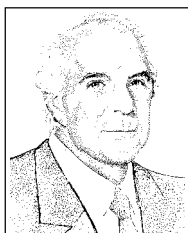
JOSÉ RICARDO RORIZ COELHO
Presidente - Polibrasil
Resinas S.A

Numa economia globalizada, o jornalismo de economia e negócios torna-se um agente poderoso de comunicação e pode ter grande influência no planejamento e nas estratégias de negócio das corporações. A percepção positiva que as empresas conseguem transmitir ao público contribui decisivamente para ampliação e manutenção dos negócios. Nesse sentido, a cobertura jornalística realizada pela Gazeta Mercantil vem marcando a história empresarial no Brasil por desenhar mais claramente o compromisso das organizações. O movimento da Gazeta Mercantil permite ao mercado e à opinião pública conhecerem melhor a contribuição e importância empresarial para o desenvolvimento sócio-econômico do Brasil.



ROSSANO MARANHÃO PINTO
Presidente
Banco do Brasil

As informações econômicas são um suporte gerencial indispensável, referência nas decisões que indicam os rumos da empresa. Como agente econômico de destaque, o Banco do Brasil é, ao mesmo tempo, consumidor e gerador de fatos sobre o mercado. Hoje, a circulação das informações se tornou uma questão fundamental, que nos indaga sobre diversos aspectos, inclusive éticos. Por exemplo: quais os padrões de confiabilidade? O Banco do Brasil é uma referência nesse debate atual. Daí contribuímos também, no tocante aos dados gerados pelo BB, para a qualidade das informações disponíveis e que ajudam o País a tomar o caminho certo.



ROBERTO DUAILIBI
Diretor-sócio
DPZ Propaganda

Leio a Gazeta Mercantil todos os dias, a caminho do trabalho, quase como uma preparação para enfrentar o dia. Nomes, fatos, números - é a Gazeta que me situa no mundo logo ao amanhecer. A informação econômica é um conhecimento básico para o empresário, tanto no dia-a-dia quanto na análise de perspectivas para o negócio.



ROGÉRIO OLIVEIRA
Presidente - IBM

O conteúdo trazido pela Gazeta Mercantil tem importância tão fundamental para o meu dia-a-dia, que não começo a minha jornada de trabalho sem ter, pelo menos, passado os olhos na suas principais manchetes. Ler o que o jornal publica é, sem dúvida, uma das formas de acompanhar e monitorar o que está acontecendo nos diversos setores da nossa economia. Dessa forma, a leitura também serve, muitas vezes, para ratificar nossas percepções de mercado, para explicar em profundidade situações com as quais deparamos diariamente, e, outras vezes, para chamar a nossa atenção para comportamentos de negócios nos quais precisamos focar. A seriedade com que a Gazeta exerce o jornalismo presta realmente um serviço à comunidade de negócios.

RUBENS GHILARDI
Diretor presidente
Companhia Paranaense de Energia (Copel)

A informação econômica é importante para lastrear a tomada de decisão em assuntos relacionados a economia e finanças, principalmente aqueles do dia a dia. Devemos prestar especial atenção a fatos e indicadores como o crescimento do PIB, por exemplo, que tem relação direta com o crescimento do consumo de energia elétrica, e mais o comportamento da inflação e taxas de juros, tendências em vista dos investimentos programados, conjuntura externa - que exerce efeitos na variação do dólar, reforma tributária - que refletirá diretamente nos resultados da empresa -, etc.



ROBERTO GIANNETTI DA FONSECA
Diretor - Deptº Relações
Internacionais e Comércio
Exterior - FIESP

Cada dia torna-se mais importante para os empresários brasileiros estarem bem informados a respeito dos acontecimentos econômicos e financeiros que afetam o dia-a-dia das decisões empresariais. Um empresário mal informado e desatualizado corre o risco de incorrer em graves equívocos durante suas negociações e tomada de decisões empresariais. A informação hoje em dia é matéria-prima básica para a vida empresarial. Não basta, às vezes, conhecer apenas as manchetes dos fatos acontecidos. Também é preciso ler artigos e entrevistas que expliquem e analisem com razoável profundidade as notícias relevantes do dia, ajudando o empresário a refletir sobre as possíveis consequências para o seu negócio, e a formar opinião sobre os fatos econômicos da atualidade.



ROMEU CHAP CHAP
Presidente - Secovi-SP

Em seus 85 anos de vida, a Gazeta Mercantil vem prestando fundamental serviço de informação e esclarecimento sobre as sistemáticas mudanças na política econômica nacional e como os vários segmentos produtivos são por elas afetados. Para a indústria imobiliária, essa orientação é decisiva. Caracterizado pelo longo prazo, esse setor é particularmente afetado pelos sobressaltos que marcam essa política. Assim, o acesso a fatos e, principalmente, à abalizada interpretação desses fatos é fundamental para a tomada de decisões. Igualmente importante é a possibilidade de acompanhar os principais acontecimentos no cenário nacional e mundial, com ênfase ao desenvolvimento dos vários mercados, com o que sempre temos elementos para definir estratégias e identificar de novos negócios. A Gazeta Mercantil é muito mais que um jornal. É, em verdade, uma ferramenta de trabalho para quem sabe que informação fidedigna é sinônimo de competitividade.



SAMUEL KLEIN
Presidente
Casas Bahia

Há 52 anos a Casas Bahia está a serviço da população. Não inventamos o crediário, mas fizemos dele o motor para a realização dos sonhos das classes menos favorecidas que trabalham, em grande parte, na informalidade. A nossa decisão de investimentos e de geração de empregos sempre se apoiou no conhecimento do Brasil e da cultura de seu povo. A Casas Bahia acompanhou de perto as tendências do mercado, as mudanças das moedas, os planos econômicos, mas traçou um caminho próprio, baseado na dedicação total ao cliente e na qualidade dos seus serviços. A Gazeta Mercantil também se destaca como empreendimento voltado para a prática de um jornalismo econômico de alto nível, mantido nos seus 85 anos de mercado. Como leitor, parabênico o jornal por este aniversário.

SÉRGIO GOMES
Presidente - ABB

Engana-se quem imagina que a política e a economia têm impacto direto na vida de poucas pessoas. Do funcionário de chão de fábrica ao mais alto executivo, todas as relações, de certa forma, estão vinculadas à política e à economia. Portanto, devemos compreender as variáveis dessas atividades e acompanhar como elas desenvolvem-se em nossas vidas. A economia se faz presente, por exemplo, na qualidade de educação que o País dispõe, nos níveis de emprego, nos negócios empresariais, no planejamento familiar, na alimentação, na moradia, nos planos de saúde e de aposentadoria. Fica evidente, portanto, a necessidade de uma leitura clara e objetiva da economia no Brasil e no mundo, para, assim, estabelecer relações comerciais e políticas que garantam qualidade nos negócios e um planejamento de vida mais preciso. O analfabeto não é apenas quem não sabe ler e escrever, mas também aquele que não compreende as relações econômicas e políticas de seu país.



SYNÉSIO BATISTA DA COSTA
Presidente
Associação Brasileira
dos Fabricantes de Brin-
quedos (Abrinq)

Os 85 anos da Gazeta Mercantil são um marco na comunicação econômica brasileira e mundial. É impossível para empresários, executivos, economistas, jornalistas, demais profissionais liberais e estudantes ficar sem as publicações da GM por um dia que seja. Hoje as informações giram num ritmo extremamente aceleradas e não há atividade profissional ou acadêmica que não necessite de permanente atualização. E encontramos nas edições da Gazeta Mercantil a informações e discussões aprofundadas, pensadas e fundamentadas nos mais amplos preceitos da economia mundial. Falar da necessidade de acompanharmos as reportagens, editoriais, artigos, quadro, estatísticas e análises da Gazeta Mercantil é redundante. Para minhas atividades empresariais a GM é imprescindível. É com satisfação que afirmo que as informações jornalísticas da GM ajudaram a modificar, inovar e gerar resultados nos negócios e nas perspectivas futuras para os diversos setores que atuamos, ao longo dos meus 30 anos no setor industrial brasileiro. Sucesso!



VICENTE DONINI
Presidente
Marisol S.A.

Tenho por hábito dedicar duas horas diárias da minha longa jornada diária de trabalho para leitura, hábito que cultivo com muita disciplina, há muitos anos. Sou leitor assíduo do Jornal Gazeta Mercantil, Revista Exame, Carta Capital e Isto É/Dinheiro e de livros que versam sobre economia e finanças. Adicionalmente, reservo algum tempo para assistir noticiário nacional e internacional. A absorção diária de apreciável volume de informações econômicas é vital para abstrair o embasamento para a tomada de decisões.



VICTÓRIO DE MARCHI
Co-presidente do Conse-
lho de Administração
Companhia de Bebidas
da América (AmBev)

A Gazeta Mercantil nesses 85 anos, é uma das principais referências no jornalismo econômico brasileiro. Ao atravessar décadas de diferentes cenários políticos, nove moedas, períodos de crescimento e de instabilidade, planos econômicos de várias concepções, conseguiu ser uma contínua fonte de informações de onde o empresário brasileiro extrai análises consistentes. Sempre ágil e imparcial, a Gazeta Mercantil conseguiu manter, ao longo de sua história, seu alto nível de jornalismo ao alcance dos formadores de opinião e, claro, dos leitores em geral. A AmBev, empresa resultante da fusão de duas companhias centenárias, Antarctica e Brahma, compartilhou esses momentos com a Gazeta Mercantil. E, por considerar o jornal um dos mais influentes na formação da opinião econômica no país, mantém em suas páginas há pelo menos 30 anos a principal divulgação de seus resultados financeiros trimestrais. Somos, portanto, contemporâneos na vida econômica do país e celebramos juntos e agora esse importante momento da Gazeta Mercantil. Parabéns a seus fundadores e realizadores.



WATER CIRILLO
Presidente
Rhodia América
Latina

Nos dias atuais, na administração de uma empresa, entre tantos fatores que levam ao sucesso da organização, existem dois recursos fundamentais, que devem ser utilizados em conjunto: a informação e o tempo. A informação deve ser precisa, aprofundada e obtida a tempo de poder ser utilizada como um valor no momento em que temos de tomar alguma decisão. A Gazeta Mercantil tem sido uma fonte importante de informação para os negócios, contribuindo para a tomada de decisões. Quero parabenizar a direção do jornal e seus profissionais pelo trabalho que vêm realizando ao longo desses 85 anos de existência.

**O BRASIL DO FUTURO
ESTÁ SENDO CONSTRUÍDO EM
QUATRO CONTINENTES**

A trajetória de mais de 60 anos da Odebrecht se confunde com a história de desenvolvimento do Brasil. Sempre presente em obras decisivas para o crescimento econômico, tecnológico e social do país, a empresa é hoje a maior exportadora brasileira de serviços. Há mais de 25 anos operando no exterior, com atividades na América Latina e Caribe, América do Norte, África, Oriente Médio e Europa, contribui com trabalho, técnica e experiência para o progresso dos países em que atua.

Barragem Jerni Cabo - EUA Projeto Chantrecho - Peru Ponte Vasco da Gama - Portugal Hidrelétrica de Coparda - Angola

ODEBRECHT
Engenharia e Construção
www.odebrecht.com

A credibilidade aliada à modernidade

Em seu 85º aniversário, a Gazeta Mercantil adota um visual mais leve, mantendo o conteúdo de qualidade

José Eduardo Gonçalves*
São Paulo

Nosso desafio é atualizar um clássico. E como se faz isso? Mantemos a essência desse clássico, que é o conteúdo isento, de qualidade e credibilidade. Em torno dessa essência, colocamos um visual mais leve, que facilita a leitura e se ajusta aos novos tempos. Abrimos mais espaço para as opiniões, já que a troca de experiências, a análise de tendências e os posicionamentos sob sólida argumentação interagem de forma ainda mais acentuada com a evolução dos negócios mundiais.

A capa que o jornal exibe a partir de hoje é mais seletiva, com as cinco ou seis matérias de maior importância da edição – algumas encerrando naquele mesmo espaço e outras continuando nas páginas internas, mas em ambos os casos eliminando de vez qualquer repetição de informações.

A capa traz também uma novidade sintonizada com este período de informação rápida e concisa. Trata-se da coluna *Primeiro Plano*, com cerca de 15 notas curtas sobre fatos que não podem ficar alheios ao conhecimento imediato do leitor, ainda que mereçam uma abordagem mais aprofundada nas edições seguintes. Nesse espaço também aparecem as chamadas para matérias essenciais e para o que há de mais interessante no caderno *Empresas & Negócios*. No fecho, são mostrados os destaques do dia da agência de informações econômicas e financeiras *InvestNews*, com acesso pela internet.

A Gazeta Mercantil passa a circular com três cadernos. A macroeconomia está no foco central do primeiro caderno, por meio das editorias de *Opinião, Nacional, Política, Legislação e Internacional*. Em uma das páginas de Opinião, o leitor tem acesso aos arti-

gos de um time de notáveis – empresários, políticos, líderes e pensadores de alta representatividade do País, além das análises desenvolvidas por editores da equipe da própria Gazeta Mercantil. A presença de alguns dos notáveis neste espaço terá periodicidade predefinida, para facilitar o acompanhamento de seus textos.

Ao final do primeiro caderno, o leitor encontra, ainda, a editoria *Gazeta do Brasil*, com um amplo panorama dos negócios das regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste. Na prática, esta editoria reforça o conceito de cobertura do jornal, que se propõe não apenas a circular nacionalmente, mas também a noticiar fatos e empreendimentos de relevância do dia-a-dia empresarial fora do triângulo São Paulo-Rio-Brasília.

O segundo caderno, intitulado *Finanças & Mercados*, faz um profundo exame do setor financeiro por meio das editorias de *Finanças, Capital Aberto, Bolsas Nacionais e Internacionais, Fundos Mútuos, Indicadores Econômicos e Cotações de Mercadorias*. O destaque da última página deste caderno é a editoria *Agronegócio*, em cores, com matérias especiais sobre um dos mais dinâmicos setores da economia.

Pela importância crescente e por transitarem expressivamente em todos os segmentos da economia, *Tecnologia da Informação (TI) e Telecomunicações* formam a editoria de capa do nascente terceiro caderno da Gazeta Mercantil, intitulado *Empresas & Negócios*. Além de *TI/Telecom*, o caderno traz as editorias específicas de *Indústria, Administração & Serviços* (aí incluído o Comércio), *Energia & Saneamento, Transporte & Logística e Comunicação*, essa última uma evolução natural da editoria *Mídia & Marketing*, que o jornal publica há anos.

Empresas e pessoas, no entanto, já não podem ser compreendidas

numa só abordagem jornalística, ainda que as segundas sejam responsáveis diretas pelo desempenho e, conseqüentemente, pelo sucesso das primeiras. Com a nova editoria *Plano Pessoal*, no final do terceiro caderno, a Gazeta Mercantil estréia um espaço especial – de duas páginas diárias – para deixar o leitor melhor informado sobre seus assuntos pessoais. De segunda a sexta-feira, *Plano Pessoal* trará em sua página inicial um amplo panorama sobre os investimentos em fundos, imóveis, obras de arte e outros ativos de expressiva rentabilidade, sempre com a opinião de um consultor ou especialista.

A movimentação de executivos, suas oportunidades e as formas de aprimoramento profissional estarão em *Plano Pessoal* por meio da seção *Carreiras*, às segundas e quintas-feiras. Nas terças-feiras, renomados especialistas informarão e comentarão as tendências e o que já é sucesso em estilo pessoal, moda, postura e etiqueta. Os veículos de luxo serão mostrados em detalhe em *Automóvel*, às quartas-feiras. Os produtos de alto nível, verdadeiros objetos de desejo – entre os eletrônicos e relógios, por exemplo – estarão na pauta das quintas-feiras, em *Consumo*. E nas sextas-feiras,

Plano Pessoal dará especial destaque aos prazeres da vida, com matérias exclusivas e opiniões sobre viagens, gastronomia, vinhos, charutos e golfe.

Ainda nas sextas-feiras, o leitor da Gazeta Mercantil continuará a encontrar o caderno *Fim de Semana*, porém com uma nova roupagem e o conteúdo focado em cultura, com uma cobertura refinada sobre artes plásticas, literatura, música de alto nível, teatro, cinema, história e perfis intelectuais. O caderno também incluirá um guia de artes e espetáculos dos grandes centros brasileiros e do exterior. E publicará matérias analíticas sobre as novidades e tendências culturais

do exterior, sobretudo da Europa.

Todas as editorias da Gazeta Mercantil estão abertas à participação de articulistas, que podem compartilhar suas análises e opiniões com os leitores e personagens dos setores cobertos naquele espaço. O mesmo acontece com as iniciativas de empreendedorismo: a partir de hoje, todas as editorias estão aptas a publicar matérias sob a rubrica *Empreendedor*, colocando em prática mais uma faceta do conceito de flexibilidade adotado por este jornal, que entende modernidade como um par perfeito para a consagrada credibilidade.

(* Diretor Editorial da Gazeta Mercantil)

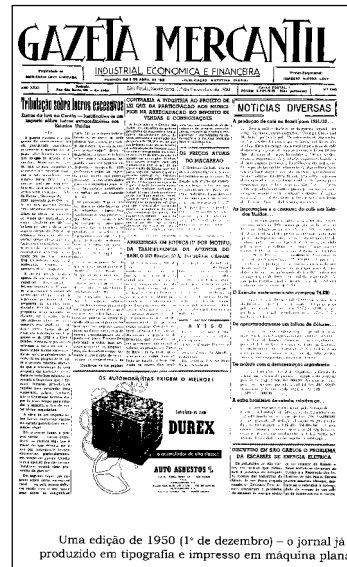
As editorias estão abertas para articulistas compartilharem suas opiniões com os leitores

Klaus Kleber
São Paulo

Uma escola de jornalismo

Uma das mais marcantes contribuições da Gazeta Mercantil para o jornalismo brasileiro foi a cobertura sistemática do mundo de negócios, sem descuidar do noticiário macroeconômico. Não poderíamos dizer que outros veículos não tenham procurado, desde a segunda metade do século XX, focalizar a vida das empresas e a evolução dos negócios. Alguns o fizeram, e com brilhantismo. A proposta da Gazeta Mercantil, à qual este jornal tem-se mantido fiel, foi inovadora porque nos dispúnhamos a dedicar, todos os dias da semana, um grande espaço exclusivamente para as empresas, classificadas pelos seus setores de atividades.

Como conseqüência, as notícias sobre negócios ganharam um destaque até então inusitado na imprensa brasileira, passando a figurar regularmente na primeira página deste jornal. Para conquistar a credibilidade que tanto prezamos, a isenção foi sempre o princípio editorial basilar da Gazeta Mercantil. Ou seja, nenhuma informação sobre qualquer empresa é publicada, sem que ela própria ou partes envolvidas sejam ou-



Uma edição de 1950 (1º de dezembro) – o jornal já é produzido em tipografia e impresso em máquina plana.

jetou a Gazeta Mercantil como uma valiosa fonte da história das empresas e dos grandes grupos, história essa que é hoje cada vez mais valorizada nos centros mais avançados de estudos econômicos do Brasil e do exterior.

Como é natural, houve inicialmente resistências a esse tipo de jornalismo de negócios, que buscava informações sobre investimentos, resultados financeiros, técnicas de administração e tecnologias adotadas pelas companhias instaladas em diversas regiões do Brasil. Um grande número de empresários não estava acostumado a essa curiosidade jornalística e se preocupava sobre o efeito do noticiário no mercado em geral ou em relação à concorrência.

Não se pode dizer que este jornal ou outros veículos tenham hoje acesso pleno às informações empresariais que buscam, mas a Gazeta Mercantil, sem dúvida, muito fez para que se vencesse a desconfiança entre o empresário e a imprensa. Convém notar, bem a propósito, que, entre as responsabilidades que se impõem as empresas que figuram nos mais altos níveis do mercado de ações, está justamente a transparência.

Dada a linha que tem perseguido há mais de 30 anos, este jornal tor-

nou-se naturalmente um veículo para expressão do empresariado, tanto por meio do noticiário sobre posições ou reivindicações deste ou daquele setor ou artigos publicados regularmente de autoria de personalidades ligadas à vida empresarial ou à comunidade acadêmica. Não foi por acaso, certamente, que este jornal, em um momento sombrio de nossa história atuou como um núcleo para que empresários se manifestassem em favor da democracia, no marco de uma economia de mercado.

Os memoráveis Documentos dos Oito (1978) e dos Doze (1983) deram origem ao *Fórum de Líderes Empresariais Gazeta Mercantil*, que discute e formula proposições para o futuro do País, cumprindo, institucionalmente, um papel fundamental para uma sociedade que quer se manter aberta. A Gazeta Mercantil tem vivido fases de dificuldades, mas que, em nenhum momento, comprometeram a sua postura editorial. Falhas têm havido, erros foram cometidos, mas é inegável que a o jornal foi e continua sendo uma escola, não só pelo vasto número de profissionais que formou, como pela difusão no meio jornalístico de sua forma de tratar a notícia econômica ou de negócios.

A AES Eletropaulo liga todos os momentos da sua vida.

Isso é da sua conta.

Em tudo que liga, congela, acende, ilumina, imprime, fabrica, refrigera, climatiza, a AES Eletropaulo está presente. São 5 milhões e 100 mil endereços recebendo energia e mais de R\$ 2 bilhões de investimentos em 6 anos de trabalho. A cada R\$ 100 que você paga na sua conta de luz, R\$ 19 ficam com a AES Eletropaulo. É com essa parcela que atuamos no desenvolvimento desta potência que é São Paulo e mais 23 municípios. Afinal, energia nunca é demais numa região que não pára de crescer.

AES Eletropaulo
mais energia na sua vida

Ligações gratuitas 24h
0800 72 72 120 - Central de Atendimento
0800 72 72 196 - Emergências

Otimismo com os negócios em todos os setores

Para montar um painel que mostre como os negócios estão se comportando neste ano, pedimos aos empresários que dissessem quais são as tendências que notam em seus respectivos setores e também quais são as perspectivas de desenvolvimento avistadas. Nesta página e nas seguintes deste caderno estão as impressões deles e as observações que fazem sobre necessários ajustes.

AGRONEGÓCIO

A fruticultura e a agroindústria dela decorrente, têm comprovado a sua competitividade, já que enfrenta no exterior concorrentes protegidos ou em ambientes econômicos mais estáveis.

É necessário que haja continuidade nas ações dos diversos agentes para continuarmos a crescer com competitividade nos próximos anos: investimentos na infra-estrutura social e econômica pelo poder público, inclusive em educação e treinamento em todos os níveis; créditos adequados de longo prazo a taxas internacionais que estimulem projetos privados; fortes investimentos em pesquisas, envolvendo a Embrapa e parcerias com o setor produtivo, prática que já tem mostrado resultados surpreendentes no médio prazo.

José Gualberto de Freitas Almeida, presidente da **Vinicola Vale do São Francisco**

Armazenagem

O setor de armazenagem é um dos que apresentam maiores condições de crescimento no agronegócio brasileiro, independentemente do desempenho de cada safra. No Brasil, apenas entre 8% a 10% das propriedades rurais contam com silos próprios para estocar sua produção, enquanto nos Estados Unidos, o percentual chega a 60% e na Argentina a 25%.

Com mais armazéns espalhados no interior do País, a logística de escoamento da safra terá significativas reduções de custo porque a demanda poderá ser melhor administrada. Armazéns evitam filas de caminhões nas estradas à espera da vez nos portos ou o inacreditável retorno às fazendas, com perda da qualidade e deterioração de produtos, enquanto uma parte da população brasileira passa fome.

Othon D'Eça Cals de Abreu,

presidente da **Kepler Weber**

Cana, Açúcar e Alcool

Temos um cenário interno muito favorável para o álcool carburante nos próximos anos, com os preços do petróleo acima de US\$ 50/barril, na manutenção da mistura do anidro à gasolina na faixa dos 25% e na produção acelerada dos carros bicompostíveis. Com relação ao mercado internacional, o tratado de Kioto e a decisão do Japão de facultar adição de até 3% de anidro à gasolina em todo país são fatos novos interessantes.

Preocupa-nos o número crescente de usinas em construção no Brasil e o aumento do incentivo subsidiado que os Estados Unidos dão à produção do etanol de milho. Exportamos para desovar o excesso interno de álcool e reduzir o estoque de passagem, que deprime os preços. Mas nossas exportações de álcool não são remuneradoras como no mercado interno ou quando comparadas com os preços médios obtidos pelo açúcar.

Pedro Augusto Ticianel, diretor-presidente do **Grupo Agroserra**

Grãos

A ADM acredita que a produção agrícola no Brasil manterá ritmo acelerado de crescimento. Neste ano, o País deverá colher 51 milhões de toneladas de soja, pouco mais de 4% que no passado. As perdas não deverão se refletir nos resultados das próximas colheitas. A expansão garante bons resultados para a empresa, que pretende ampliar as atividades no País.

Matthew Jansen, presidente da **Archer Daniels Midland Company (ADM)**

Este ano passaremos por um momento de turbulências em nosso se-



Divulgação

Tecnologia e alta produtividade colocam a agricultura na linha de frente do mercado. E coloca o agronegócio como um das bases mais fortes das exportações brasileiras.

tra no Brasil tributada como pré-mistura, mas não passa de farinha misturada com sal.

Lawrence Pih, presidente do **Moinho Pacífico**

Laticínios

A indústria de laticínios está otimista em relação ao futuro, com temos motivos concretos. Em 2004, pela primeira vez na história, o Brasil foi exportador lí-

quido de produtos lácteos. Embora o saldo positivo – US\$ 10 bilhões – seja modesto, não se pode esquecer que, de meados dos anos 1970 ao início desta década, o País era um dos maiores importadores mundiais daqueles produtos. Outro motivo para estarmos otimistas é a melhoria da qualidade da matéria-prima e dos produtos lácteos brasileiros, que permitiu a inserção do País no mercado internacional.

Se forem mantidas a política cambial realista e as salvaguardas adequadas aos subsídios dos países ricos o País se transformará em importante *player* no mercado internacional. Já no mercado interno, a recuperação da renda e o aumento da massa salarial impulsionarão o crescimento do consumo, interrompido pelos anos de baixo desempenho da economia.

Jorge Parente Frota Júnior, presidente da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (Fiec) e diretor da **Companhia Brasileira de Laticínios (CBL)**

Máquinas

Fatores como a supersafra nos Estados Unidos e a estiagem no sul do País levam o produtor rural a ser mais cauteloso nos seus investimentos. Mas nosso agricultor hoje está mais preparado e profissionalizado, em condições de enfrentar dificuldades e desafios e em posição de vantagem no cenário internacional. É bom lembrar que culturas como a da laranja, cana-de-açúcar e café, passam por excelente momento.

Seguimos investindo permanentemente na evolução tecnológica e no relacionamento com nossos clientes e fornecedores. No cenário atual do agronegócio, caem as vendas de máquinas, mas a demanda nas áreas de peças e serviços se mantém em equilíbrio.

Normélio Ravanello, vice-presidente da **Massey Ferguson** para a América do Sul e Central



Não tem como esconder a nossa satisfação pelos 85 anos da Gazeta Mercantil.



A Energias do Brasil, controladora da Bandeirante, Escelsa, Enersul e Enertrade, parabeniza a Gazeta Mercantil pelos 85 anos do melhor jornalismo profissional de economia e negócios do país.

 **energias do brasil**

www.energiasdobrasil.com.br

BANCOS

O ano de 2005 será marcado pela expansão, segmentação e pulverização do crédito. O Banco do Brasil espera que a evolução da carteira supere em 20% o resultado 2004. A criação de linhas destinadas ao consumo deve impulsionar a carteira de pessoas físicas. Por outro lado, a economia informal e as micro e pequenas empresas recebem cada vez mais dos bancos produtos e serviços adequados às suas particularidades.

Evoluindo em sintonia com o crescimento das exportações, os financiamentos ao comércio exterior no âmbito do Banco do Brasil, especialmente na modalidade ACC/ACE, apresentam perspectivas muito positivas para 2005. Os desembolsos nesse produto no primeiro trimestre do ano superaram em 28% as liberações nos mesmos meses de 2004.

As Parcerias Público Privadas também deverão movimentar diversos setores da economia. Por fim, o agronegócio – um dos pilares da economia brasileira – passa a ser um dos filhos mais disputados pelas principais instituições. Nesse cenário, ganham força as linhas comprometidas com a preservação ambiental.

Rossano Maranhão Pinto, presidente do Banco do Brasil

O futuro do setor financeiro passa por três caminhos principais: inclusão bancária, aumento da participação do crédito no PIB e maior eficiência operacional. Temos uma janela de oportunidade para focar a visão no negócio bancário em si, muito mais preocupado em ocupar novos mercados, com a inclusão dos milhões de pessoas sem banco, e recuperar outros tradicionais.

O crédito sempre foi o principal negócio dos bancos. Nas duas últimas décadas, houve queda expressiva na demanda de crédito, principalmente para grandes investimentos. Os problemas são de toda ordem, mas aos poucos percebemos resultados no esforço conjunto de governo, bancos, sociedade, Congresso e Judiciário em busca de soluções para flexibilizar e permitir maior fluência nos processos de intermediação financeira.

Os bancos continuarão sendo uma fonte de formação de riquezas para o Brasil. Temos muita confiança no futuro.

Márcio Cypriano, presidente do Bradesco

Algumas das principais tendências do setor bancário brasileiro são: 1) incorporação da população de menor renda; 2) instituições atuando em todos os segmentos de serviços financeiros e atendendo a todos os nichos de mercado; 3) expansão da participação da carteira de crédito nos ativos; 4) compartilhamento de redes de caixa eletrônico (ATMs); 5) aumento e diversificação dos canais de atendimento; 6) uso da tecnologia móvel (celular, palms, etc.) para acesso aos serviços financeiros, inclusive realização de pagamentos.

A CEF tem sido precursora em várias dessas tendências. Com a sua conta simplificada possibilitou a inclusão bancária de 2,8 milhões de pessoas; vem ampliando a já maior rede de correspondentes bancários do país; lança projeto de compartilhamento de ATMs com o Banco do Brasil. Com essas e outras ações, ajuda o sistema bancário a dar uma maior contribuição para o desenvolvimento econômico e social do Brasil.

Jorge Mattoso, presidente da Caixa Econômica Federal (CEF)

Não obstante serem alvo de permanentes críticas a respeito das elevadas taxas de juros e spreads,

os bancos têm dado inestimável contribuição para irrigação da economia e, acima de tudo, para o extraordinário desempenho da Receita Federal.

Na questão do spread, é fundamental que se reconheça que o custo do risco bancário engloba, além de inúmeros componentes, conhecidos como cunha fiscal, os depósitos compulsórios e outros encargos. Também reflete as deficiências de um ambiente influenciado por fatores circunstanciais, decorrentes de política econômica, da informalidade, do desempenho da economia, da saúde das empresas, do custo da burocracia e das incertezas jurídicas.

Felizmente, estão em curso inúmeros ajustes e reformas que aperfeiçoarão os sistemas de apoio aos bancos quando tiverem que buscar a proteção de seus haveres e os de seus clientes. O advento da nova lei de falências foi um sinal extremamente desejado e positivo em favor dessa expectativa.



Carlos Alberto Vieira, presidente do Banco Safra

Passada uma década da abertura ao capital internacional, os bancos de controle brasileiro detêm mais de três quartos do mercado local e estão cada vez mais atuantes no exterior. Essa tendência deve se manter. Consideramos que terá sucesso quem melhor conhecer as necessidades das empresas e as necessidades do mercado, apresentando soluções criativas, com produtos personalizados.

As instituições financeiras devem tornar-se cada vez mais ágeis nas operações e procurar mais diversificação. O Votorantim, por exemplo, começou como um banco de atacado, com atuação entre as 600 maiores empresas do país. Para crescer ainda mais vamos investir no middle market e em operações internacionais.

Na administração de recursos de terceiros, a Votorantim Asset Management desenvolve cada vez mais tecnologia própria de gestão de risco, proporcionando aos investidores uma relação atrativa entre rentabilidade e volatilidade. No varejo, a BV Financeira, que hoje atua principalmente no financiamento de veículos, vai ampliar sua carteira com operações de crédito consignado e o crédito pessoal.



BANCOS

José Ermirio de Moraes Neto, presidente do Banco Votorantim

Acredito que um das principais tendências para o setor bancário será uma corrida para a ampliação, de forma gradual, da concessão de crédito para pessoas físicas e para as empresas, na esteira de três pontos fundamentais: redução da taxa básica de juros, queda dos compulsórios e o aumento da atividade econômica.

Outra tendência que acredito ter bastante impacto no setor bancário será uma provável liber-

manutenção da estabilidade macroeconômica e financeira, e a continuidade do processo de recomposição da renda, acreditamos que o crédito imobiliário, também beneficiado por inovações institucionais, tende a ser o próximo a decolar.

Fabio Barbosa, presidente do ABN Amro Real

O esforço de inclusão social e acessibilidade às conquistas tecnológicas coloca em evidência a enorme disparidade social existente

Divulgação

AUTOMOTIVA

Acredito que a indústria automobilística brasileira terá um crescimento pequeno em 2005, na faixa de 5% em relação ao ano de 2004. As vendas da indústria nos fazem acreditar em um mercado doméstico este ano um pouco acima de 1,6 milhão de unidades, levemente maior que o de 2004, de 1,58 milhão de unidades. Na área de exportações, prevemos que se igualarmos o resultado de 2004 já será um bom resultado.

Não aposto muito em grandes crescimentos pois devemos considerar o impacto das altas taxas de juros e da taxa de câmbio como fundamental para os resultados da indústria este ano, que será repleto de desafios. Em minha opinião é fundamental que trabalheemos para fortalecermos cada vez mais o mercado interno, já que no Brasil há muito potencial para ser trabalhado – a relação de habitantes por veículo é de 8,0 em média, bem abaixo da Argentina, com 5,5, e Estados Unidos, com 1,2.

Ray Young, presidente da General Motors do Brasil

A Agrale atua em dois mercados muito distintos, ambos fundamentais para o desenvolvimento de nosso país – o de transporte de carga e o de passageiros. O primeiro envolve o setor agrícola, uma das grandes vocações do Brasil, mas mais suscetível a questões de clima, preços internacionais e políticas de subsídios e o de transporte de carga, ligado diretamente ao desenvolvimento das atividades econômicas. Já o do transporte de passageiros está muito relacionado ao poder aquisitivo e de mobilidade da população em geral. O segmento ônibus é uma atividade ligada às políticas públicas de transporte, e por isso regulamentado pelos poderes público federal, estadual e municipal.

Ambos os segmentos são muito promissores, pois além da liderança no mercado de microônibus, identificamos no segmento de Midibus um grande potencial, tanto no Brasil quanto em vários países. No mercado de transporte de carga, atuamos apenas no segmento de caminhões leves, o qual tem tido crescimento importante nos últimos anos.

Flávio Crosa, diretor de Vendas e Marketing da Agrale

As Empresas Randon, que tiveram faturamento bruto de R\$ 2,36 bilhões em 2004, têm crescido a uma

taxa média de 28% nos últimos cinco anos. Preparamos nossas empresas para a globalização e atingimos a liderança nos mercados em que atuamos. As perspectivas continuam positivas e devemos, neste ano, crescer na ordem de 20% com a oferta de soluções para o transporte.

Raul Randon, presidente do grupo Empresas Randon

Acreditamos firmemente que os próximos anos serão tão positivos quanto os mais recentes, nos quais aprimoramos nosso modelo de gestão e consolidamos a liderança de vendas da marca na América do Sul. Deveremos continuar a crescer no mercado interno, especialmente porque temos um produto com maior durabilidade e grande demanda no mercado. Estamos confiantes e trabalhando no sentido de realizar nos próximos anos novos lançamentos, apoiados num investimento em conhecimento que iniciamos há mais de dez anos e ainda mantemos.

Nós nos relacionamos de uma maneira muito estável com nossos clientes e comemoramos 25 anos de criação da Rede de Distribuição Moura, modelo de atendimento muito bem aceito pelo mercado. Novos postos de distribuição devem ser abertos.

No mercado externo, vivemos um processo de franco crescimento, com perspectivas de manter nossos programas. Estamos otimistas com o futuro, mas fazemos nossos deveres de casa e temos os pés bem plantados no chão.

Edson Mororó, presidente da Baterias Moura

Nós, da Lupatech, estamos inseridos em setores de alto potencial de crescimento e desempenho – a cadeia automotiva nacional e internacional, bem como nas cadeias química, petroquímica, do petróleo e do gás. O crescimento desses setores tem reflexo direto em nosso negócio.

Temos feito investimentos em tecnologia, em expansão da capacidade de produção e em produtividade porque nosso desempenho considera os melhores players internacionais. Acreditamos que os setores onde estamos inseridos crescerão mais do que o PIB brasileiro em 2005, pois têm uma demanda interna de alguma forma reprimida.

Nestor Perini, presidente do Grupo Lupatech

SIDERURGIA

O Brasil tem vocação para siderurgia, minério de ferro em abundância e de boa qualidade, usinas com localização favorável e tecnologia moderna, qualidade nos produtos e na gestão ambiental e quadros capacitados. Mas temos que superar obstáculos que limitam nossa competitividade. Precisamos de uma estrutura tributária menos onerosa, menor custo de capital, melhores condições de infraestrutura. Precisamos também de empresas de maior tamanho, com maior escala de produção.

Superados esses desafios, o Brasil estará apto a consolidar sua posição de grande player mundial, num momento em que a produção de aço desloca-se gradativamente dos países desenvolvidos para os países em desenvolvimento.

Segundo dados do *World Steel Dynamics*, os países desenvolvidos responderam em 2000 por 63% da produção de aço. A expectativa do instituto é que, em 2010, esse percentual já tenha caído para 42%, com aumento de participação dos países em desenvolvimento. Temos que estar atentos a esses movimentos para assegurarmos o crescimento de nossa siderurgia.

É importante também que sa-

bamos crescer com sustentabilidade. E, para isso, é preciso trabalhar com foco em tecnologia e agregar valor a produtos. É isso que a Usiminas está fazendo.

Rinaldo Campos Soares, presidente da Usiminas

O Brasil é o oitavo maior produtor mundial de aços planos e longos e um dos principais players no mercado internacional. As inovações tecnológicas do setor siderúrgico brasileiro, a alta competitividade, o menor impacto ambiental, a dinamização dos processos indicam que teremos um setor cada vez mais forte e competitivo.

Porém, é preciso que tenhamos cuidado com o aumento da carga tributária e o aumento dos juros, que trazem consigo toda uma incerteza quanto a investimentos.

É importante que tenhamos políticas claras com visão de longo prazo para que os investimentos ocorram nos prazos previstos, não piorando ainda mais a situação dos gargalos produtivos, principalmente logísticos.

Oswaldo Voges, diretor-presidente da Metalcor

INFORMAÇÃO COM CREDIBILIDADE
É IMPRESCINDÍVEL NO MUNDO
DOS NEGÓCIOS.

HÁ 85 ANOS A GAZETA MERCANTIL
LEVA ISSO MUITO A SÉRIO.



BANCO REGIONAL DE
DESENVOLVIMENTO DO
EXTREMO SUL

www.brde.com.br

TELECOMUNICAÇÕES

A telefonia celular é um dos setores mais dinâmicos da economia, que vive um momento muito favorável. Seja em casa, no trabalho, em uma viagem pelo Brasil ou pelo exterior, a comunicação ganha outra dimensão graças aos celulares GSM/GPRS/Edge, que têm o melhor e maior roaming internacional, segurança contra clonagem e oferece várias possibilidades de transmissão de dados e acesso à Internet, inclusive no exterior.

Como cidadão brasileiro e presidente da TIM sou otimista em relação ao futuro do Brasil e da companhia. Os desafios serão cada vez maiores para as empresas que atuam no país, diante de um cenário cada vez mais competitivo. Mas com trabalho e dedicação, continuaremos crescendo, gerando empregos e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil.

Mario Cesar Pereira de Araújo, presidente da TIM

Após o processo de privatização de 1998 a Telemar investiu mais de R\$ 22 bilhões na expansão da rede, no desenvolvimento de produtos e serviços e na melhoria da qualidade do serviço. Tais investimentos permitiram à companhia se consolidar como um fornecedor de soluções integradas, com ofertas de telefonia fixa, mobilidade, banda larga, dados, longa distância e, mais recentemente, internet.

As perspectivas de crescimento para os próximos anos são positivas. No corrente ano, o grupo investirá R\$ 2,5 bilhões – R\$ 1,7 bilhão na telefonia fixa e R\$ 800 milhões na Oi. A Telemar começa a passar pela fase de maturação dos investimentos. O Brasil cresce em ritmo consistente e isso trará um conseqüente aumento da renda da população, permitindo o acesso de mais clientes à variada gama de produtos e serviços disponíveis.

Para o futuro, um dos principais desafios do setor é o respeito ao marco regulatório. As telecomunicações demandam um contínuo, e expressivo, volume de investimentos e os investidores precisam de segurança e clareza nas regras, pa-

ra que exista um ambiente favorável aos negócios, com possibilidades de retornos adequados ao capital investido.

Ronaldo Iabrudi, presidente do Grupo Telemar

O mercado de telecomunicações continua em expansão e o setor de telefonia móvel tem registrado um alto crescimento ao longo dos últimos anos. A Claro,

no mercado há menos de dois anos, destaca-se por importantes resultados neste período: tripliou sua rede GSM ao longo do ano de 2004, oferecendo uma cobertura competitiva em todas as regiões em que atua e tornou essa tecnologia maior que a oferecida pela TDMA.

A operadora encerrou o ano de 2004 com cobertura em mais de 1.520 cidades em todo o Brasil, o equivalente a 90% da população urbana das regiões atendidas pela empresa.

A perspectiva é que o setor continue crescendo, com uma concorrência cada vez maior. Como com-

Divulgação



Telefonia celular continua sendo um dos segmentos mais dinâmicos dos negócios no País

panhia integrante do grupo América Móvil, o maior de telefonia celular da América Latina, conhecemos a região latino-americana e estamos preparados para atuar em diferentes mercados.

Luis Cosio, presidente da Claro

A convergência de tecnologias provocará uma revolução ainda maior do que a internet. Teremos um novo mundo eletrônico de banda larga, ainda mais competitivo e global. A demanda por serviços online aumentará e surgirão novas oportunidades de negócios que influenciarão positivamente a economia brasileira. Essa tecnologia contribuirá para a redução da exclusão social, pela disponibilidade de programas educacionais, formação profissionalizante, medicina à distância, etc.

A Alcatel está muito bem posicionada para responder aos três principais desafios da evolução tecnológica das operadoras: o triple play, a voz sobre IP e a convergência fixo-móvel. E a partir disso, os usuários finais e programas sociais poderão escolher a solução que melhor se adapte às suas necessidades, utilizando serviços e informações que ampliarão ainda mais as possibilidades de comunicação em suas vidas.

Jonio Foigel, presidente da Alcatel

Os setores de Tecnologia da Informação e de Telecomunicações voltaram a crescer a taxas mais elevadas que a economia brasileira. A curto prazo, penso que ainda há espaço para manutenção desta tendência, especialmente devido à redução drástica do mercado observada nos últimos três anos.

Todavia, um crescimento seguro e duradouro tem que se apoiar no crescimento das exportações do setor e na diminuição da elevada carga tributária. O setor de software, por exemplo, carece de legislação trabalhista mais flexível que viabilize a montagem e desmontagem de equipes de projeto sem ônus para as empresas. No meu entender, esses ajustes são fundamentais para manter o crescimento por um período mais longo.

Paulo Castelo Branco, presidente da NEC do Brasil



MECÂNICA

O futuro do setor em que atuo, o metalmeccânico de equipamentos para investimentos em infra-estrutura, expansão industrial e da construção civil, é positivo. Se há um país em que há um déficit de proporções gigantescas nos investimentos em infra-estrutura, este é o Brasil. Não lamento esta situação. Mas sim a sinalizo para mostrar as oportunidades de negócios que se apresentam.

Para sustentar um crescimento de índices significativos serão necessários investimentos em proporções também significativas em logística. Aliás, já com sinais de estrangulamento visível. Os inves-

timentos para sustentar a movimentação da produção é de obrigação dos estrategistas da nação e dos detentores do poder de fazer acontecer. A forma de como fazê-lo, não importa. Importa que aconteça antes de um apagão geral na logística brasileira. Acreditamos num futuro promissor para um crescimento em percentuais significativos. Não visualizo recuos num país onde a idade média do consumidor está abaixo dos 25 anos. O crescimento do país é inexorável. Por isso sou otimista.

Plínio Mioranza, diretor comercial da MP Estruturas Metálicas

Divulgação




Com as deficiências do País, há espaço para os equipamentos usados em infra-estrutura

www.caixa.gov.br

LCI CAIXA. Dê o sinal verde e acelere seus rendimentos.

Já foi dada a largada para as LCI CAIXA. São as novas Letras de Crédito Imobiliário, um modelo mais moderno das Letras Hipotecárias. Nele, você tem o mesmo tipo de desempenho, mas pode sacar mais cedo. E com menor tributação. Você investe a partir de 500 mil Reais, torna-se parte da equipe e a CAIXA garante o seu retorno. LCI CAIXA é para quem aceita um mínimo de risco pela emoção forte do alto rendimento. Procure um de nossos gerentes e aumente a potência da sua carteira de investimentos.



Para você. Para todos os brasileiros.

CONSTRUÇÃO

Depois de amargar anos de chumbo, o mercado imobiliário começa a melhorar. Graças à vontade política do governo Lula, saíram várias medidas de aprimoramento do crédito imobiliário, reunidas na Lei 10.931, aprovada em agosto de 2004. Além de melhorar as garantias a compradores e financiadores, a legislação se fez acompanhar de resoluções do Banco Central que ampliaram o volume de recursos disponíveis para financiamento habitacional entre os agentes financeiros privados.

Os efeitos dessas ações começam a ser percebidos. No primeiro bimestre deste ano, os bancos direcionaram 51% a mais de recursos para imóveis, em relação a igual período de 2004. Em termos de número de unidades, o aumento foi de 36% (7.089).

O mercado está otimista. Nossa expectativa para 2005 é de crescimento de 20% no total de unidades vendidas, em relação ao exercício anterior. Certamente, iniciamos uma nova e promissora fase na história do setor.

Romeu Chap Chap, presidente do Secovi-SP e da **Romeu Chap Chap Desenvolvimento e Consultoria Imobiliária**

Ao longo dos próximos anos, o Grupo JCPM dará maior foco à ampliação e abertura de shopping centers e centros empresariais no País, mas sempre tendo Nordeste como prioridade. Além disso, continuará trabalhando pelo crescimento do nosso sistema de comunicação (**Jornal do Comércio, JC On-Line, TV Jornal** e emissoras de rádio AM e FM) e dos empreendimentos imobiliários. Enfim, a natureza do nosso negócio é contribuir para que haja cada vez mais novos nichos que absorvam inteligências, mão-de-obra e capacidade produtiva.

João Carlos Paes Mendonça, presidente do **Grupo JCPM**

No ramo de negócio que nos concerne, imóveis voltados para a classe média alta, as possibili-



Depois de anos sem incentivo, a atividade da construção imobiliária inicia a retomada

dades são imensas e promissoras. Esse modelo evoluiu a cada dia, reunindo as melhores soluções ambientais aplicadas a áreas urbanizáveis, programas de conservação continuada e incorporação imprescindível de equipamentos de segurança e lazer aos produtos.

No plano da gestão empresarial, também continuarão em alta a terceirização de competências e a

busca de novas tecnologias construtivas, garantindo agilidade na implantação e qualidade final.

Renato de Albuquerque, diretor-presidente da **AlphaVille Urbanismo**

No médio prazo, a atual crise existente no mercado irá desestimular muitos empresários advenciosos que incorporaram edifícios

sem estudos prévios, contribuindo para a redução do atual excesso de oferta de unidades habitacionais.

Outro fator determinante para a boa saúde de nosso mercado é a tão prometida redução nas taxas de juros. Como isso depende de inúmeros fatores imponderáveis, é quase impossível fazer previsões sobre o futuro. O governo, no entanto, deve entender que as

atuais taxas são o principal obstáculo para o reaquecimento do mercado imobiliário.

A construção de conjuntos habitacionais de baixa renda está praticamente paralisada. Essa paralisação, uma das causas da atual crise, só pode ser resolvida quando a **Caixa Econômica Federal** alterar seu sistema de operação e a Prefeitura de São Paulo modifique a atual legislação, res-

ponsável pela elevação dos preços de venda dos apartamentos populares.

Adolpho Lindenberg, presidente da **Construtora Adolpho Lindenberg**

O Brasil está cada vez mais se transformando em uma sociedade pós-industrial, onde o maior investimento vai para a formação do conhecimento, do saber. Isso muda muita coisa. Estudos mostram que em 2020 cada trabalhador entre os 20 e 60 anos de idade terá, em média, 30 mil horas de trabalho, contra as atuais 80 mil. Graças às novas tecnologias e ao teletrabalho, muitos poderão ser pagos segundo o resultado e não segundo o tempo.

Além disso, o deslocamento nas grandes capitais já é um problema sério e as pessoas preferem morar

mais perto do trabalho ou em locais que tenham tudo por perto, com segurança. É um quadro potencial de mudanças expressivas nas formas de morar, estudar, trabalhar, comprar e divertir.

Os shopping centers e a internet estão aí para mostrar tudo isso, bem como a criação de "cidades de entorno" junto às grandes capitais. Dessa forma, acredito que o Brasil precisará de muito dinheiro para bancar as mudanças, com o apoio de investidores externos. A redução da burocracia, a união de empreendedores internos e externos e a estabilidade da economia no longo prazo podem fazer com que muitos brasileiros tenham melhor qualidade de vida nos próximos anos.

Ivan Martins, superintendente da **LM Desenvolvimento Imobiliário**

Nos últimos anos, observamos o crescimento e a profissionalização das redes de home-center, que criam oportunidades para que as médias empresas também se estruturam, na medida em que, como as grandes redes, são obrigadas a legalizar sua situação nas áreas trabalhista e fiscal, levando a um crescimento de todo o mercado. Bom para o consumidor!

Jorge Gonçalves Filho, diretor geral da **C&C - Casa e Construção**

ENERGIA

Divulgação

Vemos com muita apreensão a possibilidade de a economia brasileira vir a ser afetada no futuro por um eventual déficit de energia elétrica. Ainda que agora tenhamos um modelo para o setor, restaram muitas dúvidas quanto à atuação e procedimentos do Ministério das Minas e Energia da Agência Nacional de Energia Elétrica para o atendimento ao mercado, notadamente no curto prazo.

Nos procedimentos de venda da chamada "energia velha", ou seja, aquela descontratada dos contratos iniciais, os preços ficaram bem abaixo da tarifa esperada, com maior impacto nas empresas estatais. As declarações de representantes do MME e Aneel dão conta de que as usinas "botox" devem somar mais de 10 mil MW e que essa potência deverá atender o déficit de contratação resultante dos leilões, tanto o de 7 de dezembro quanto o recente de 2 de abril.

Para os novos aproveitamentos ainda não licitados, caso não se tenha um sinal positivo de retorno confortável, quem terá de assumir o ônus de atender o crescimento da demanda serão as empresas estatais, eventualmente em consórcio com a iniciativa privada (PPP).

Mas, para que isso aconteça, além de uma remuneração mais adequada, haverá necessidade de financiamentos, principalmente do BNDES e Eletrobrás e, se possível, de bancos de fomento como o BID e o Banco Mundial. Outro problema é a dificuldade de obtenção das licenças ambientais para os novos aproveitamentos. Também nos preocupa um crescimento mais acentuado do mercado consumidor, fato que pode criar dificuldades no atendimento em 2007 ou até mesmo no próximo ano.

No caso específico da Copel, lembro que foi criada em 1954, época em que o Brasil sofria com a falta de investimentos na expansão da geração de energia.

Para que a economia paranaense pudesse crescer independentemente da situação energética do restante do País, os governantes que passaram pelo Estado mantiveram a visão de investir maciçamente em usinas, dotando a estatal paranaense de um invejável parque próprio de geração. Com as alterações introduzidas pelo novo modelo do setor elétrico, alguns estados privatizaram as suas empresas ou sistemas de geração, deixando que a expansão fosse atendida pela União ou por outros estados, através do "pool" que foi criado.

Essa situação também nos preocupa, pois que motivação terão as



Ainda há dúvidas para o atendimento ao mercado, especialmente no curto prazo

empresas estatais estaduais, a não ser o retorno do investimento, para destinar recursos ao aumento da geração?

Rubens Ghilardi, diretor-presidente da **Companhia Paranaense de Energia (Copel)**

O setor elétrico vem de um processo de consolidação do novo modelo. Acreditamos que o País vencerá os novos desafios, tanto no atendimento às suas necessidades de crescimento quanto na qualidade e confiabilidade que o mundo moderno exige.

José Ribamar Lobato Santana, gerente regional da **Eletronorte** no Maranhão

O País registra um crescimento

acelerado e sustentável. Com a expectativa de uma expansão econômica da ordem de 5% ao ano, o setor elétrico brasileiro precisará acompanhar este ritmo, como já ocorreu nos últimos anos: a instalação de linhas de transmissão quase dobrou, garantindo um escoamento mais estável da energia elétrica de algumas regiões. Em geração de energia, novos investimentos estão sendo estudados, enquanto surgem fontes alternativas, fortalecendo a matriz energética brasileira. Enfim, a expectativa para o setor é de forte expansão, com altos investimentos públicos e privados.

Omar Barroso Maia Júnior, superintendente regional de Engenharia da **Maranhão-Tocantins (EMA) - Eletronorte**



UM JORNAL QUE DURANTE
85 ANOS NÃO USOU FOTOS
NAS SUAS REPORTAGENS
TEM QUE SER MUITO BOM
DE CONTEÚDO.

PORTO SEGURO SEGUROS

PARABÉNS, GAZETA MERCANTIL.

O País vem crescendo e os projetos para acelerar esse crescimento têm uma natural interseção com o uso mais intenso de TI. No setor público, isso envolve questões sobre as quais o governo vem se debruçando, como o da implementação de um projeto de educação que passe pela inclusão digital e o da execução de iniciativas que visem a inserção do Brasil no mercado global de soluções de tecnologia como um pólo de exportação de software e serviços. No setor privado, a intensificação do uso de TI é decorrente da própria maturidade das empresas.

Rogério Oliveira, presidente da **IBM do Brasil**

A HP vislumbra oportunidades em todos os seus segmentos de atuação. O segmento SMB – de pequenas e médias empresas – tem um tremendo potencial de crescimento, na medida em que as soluções da HP atendem ao principal objetivo dessas companhias, que é obter cada vez mais com menores investimentos. No mercado corporativo, a expansão dos negócios traz grandes oportunidades para as soluções de tecnologia que beneficiarão as empresas no aumento da eficiência operacional e na expansão dos negócios.

Na área de TI, o Brasil está se reposicionando como um grande *player* global para serviços e software. Existe um grande esforço do governo para aprovar projetos como PES (Plataforma de Exportação de Software), que nos permitirá ser mais competitivos e o de PCs populares, além das campanhas de combate à pirataria.

Carlos Ribeiro, presidente da **HP do Brasil**

Estamos otimistas em relação a 2005, para o qual prevemos crescimento de 22% no faturamento e apostamos em uma estratégia agressiva para conquistar territórios e clientes no mercado brasileiro e latino-americano. Acabamos de inaugurar uma franquia no Chile e já possuíamos franquias no México e Argentina, distribuidores no Canadá e Estados Unidos e clientes no Paraguai e Uruguai.

A operação na Argentina cresceu 28% em 2004 e já conta com três franquias; para 2005, a pers-

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

pectiva é de 24% de crescimento. No total, a Datasul já possui mais de 50 clientes no exterior e, certamente, ampliará significativamente a sua carteira internacional este ano.

Jorge Steffens, CEO da **Datasul**

O mercado brasileiro de TI tem a perspectiva de crescimento em torno de 7% para 2005 sobre os US\$ 10,6 bilhões atuais. A Sun Microsystems considera o mercado brasileiro estratégico e de alto potencial, percepção alavancada pelo crescimento de 24% alcançado pela subsidiária brasileira no último exercício fiscal.

Existe uma tendência de valorização dos segmentos de serviços de tecnologia, com taxas de crescimento superiores aos de equipamentos, o que também tem direcionado nossa estratégia, somada à oferta de novos modelos de negócio, que interessam crescentemente as empresas brasileiras.

Cleber Moraes, presidente da **Sun Microsystems**

Apostamos em um forte crescimento do setor os próximos anos, apoiado, sobretudo, na crescente exportação de produtos e serviços de software para todo o mundo, colocando nosso País como um dos principais centros de *offshore*, ao lado da Índia e da China. Além disso, na área de consultoria e serviços de TI, as perspectivas são positivas principalmente em *out-sourcing*.

Serviços e soluções integradas formam outro diferencial que sustenta o crescimento do setor, pois o consumidor busca soluções de fácil utilização, que não demande muito tempo para ser implementada ou exija investimento alto.

Marco Stefanini, presidente da **Stefanini IT Solutions**

As perspectivas do setor de informática são muito boas a médio e curto prazo. O Brasil necessita de tecnologia, informação, mão-de-obra qualificada, excelência na qualidade, novos negócios, produtos e marketing para am-



A grande necessidade do País é levar a comunicação de dados, voz e imagens para todas as regiões



A visão dos empresários

tar conectadas de maneira interativa.

Sérgio Rozenti, presidente da **Nera do Brasil**

pliar a pauta de exportações e o consumo interno dentro de uma política gradual de distribuição de renda, deve necessariamente buscar na informática subsídios para tornar-se mais competitivo.

Laércio Cosentino, presidente da **Microsi-ga**

A integridade dos dados e a segurança das redes de informação são cada vez mais cruciais para os negócios. O cenário para os próximos dois anos é que as empresas amadureçam suas políticas de segurança, fazendo uso da tecnologia disponível no mercado como base para sustento de um comportamento pró-ativo em relação às ameaças.

Emílio Munaro, presidente da **McAfee Brasil**

No Brasil, o desafio é levar comunicação de dados, voz e imagens para todas as regiões. Mais modernas e acessíveis, as soluções de comunicação de banda larga serão excelentes alternativas para prestadores de serviço de telecomunicações e para o mercado corporativo nos próximos anos.

Outra aplicação que vem crescendo bastante é a adoção de tecnologias de comunicação via satélite banda larga. No Brasil, a utilização da tecnologia DVB-RCS (*Digital Video Broadcasting - Return Channel via Satellite*) é considerada a melhor tecnologia para serviços de voz, internet banda larga, *backhaul* para redes celulares, plataformas marítimas e sistemas de defesa, tornando possível que áreas remotas possam es-

A curto prazo, esperamos grandes avanços com a consolidação de uma tecnologia já popularizada: a comunicação pelo protocolo IP, tecnologia base da Internet. Dispositivos de comunicação convergiram com essa tecnologia e agora têm a capacidade de comunicar-se por diversas mídias: seja voz, vídeo ou dados, tudo em um único aparelho. Nos próximos anos, tecnologias como Telefonia IP, mobilidade da comunicação sem fio, acesso a armazenagem de informação, sempre com segurança, revolucionarão os negócios.

Considerando este quadro, a convergência de plataformas e aplicativos é um caminho sem volta. Os fornecedores, cientes desta realidade, moldam suas estruturas de negócios em soluções adaptáveis à atual necessidade do cliente, fornecendo alternativas que não ignoram investimentos já realizados.

Carlos Carnevali, presidente da **Cisco Systems** para a América do Sul

Há uma tendência crescente das empresas terceirizarem o seu TI. Como os custos são elevados, aparece o *offshore outsourcing* e o Brasil é claramente um candidato a ocupar posição dominante nesse grande mercado.

Temos mão-de-obra, conhecimentos de indústria, condições geográficas, políticas adequadas e custos competitivos. Para crescer nesse cenário, precisamos investir em educação, tecnologia e metodologia, além de criar condições fiscais e de crédito favoráveis.

Antonio Carlos Rego Gil, presidente da **CPM**

Crescimento e novos desafios pelo surgimento de novas tecnologias que consideram o ambiente da internet como o principal canal de distribuição de informação; integração das diversas tecnologias. Esses são os grandes desafios para as empresas nos próximos anos.

Orlando Watzko, presidente da **Logcenter**

A Serasa parabemiza a Gazeta Mercantil pelos seus 85 anos de história.

Em suas mãos, a mais avançada solução para a Gestão do Risco de Crédito

Avalie propostas de crédito, de acordo com a sua política, com um simples toque de mouse. Em poucos segundos, analise toda a sua carteira de crédito e conheça as alterações no perfil de risco de seus clientes.

Com o Gestor de Crédito Serasa você agiliza suas decisões e aumenta a rentabilidade dos seus negócios.

SERASA

11 5591 0137

A Serviço do Desenvolvimento do Brasil

serasa.com.br

PUBLICIDADE

Neste ano a indústria da comunicação publicitária deverá ter um crescimento real de cerca de 10%, recuperando mais um pouco do que perdeu em anos recentes. Por outro lado, a margem das agências, já tão afetada pelas intermináveis discussões sobre remuneração e pela epidemia de concorrências, será ainda menor, por força do aumento injusto e preconceituoso da carga tributária.

Mas acredito que o futuro será mais importante, com um número muito maior de empresas, hoje pequenas e médias, tendo acesso ao poder da publicidade: a única ferramenta capaz de incrementar vendas e fortalecer marcas.

Nós, as agências, não somos muitas, nem muitos. Somos menos de quatro mil empresas e cerca de 30 mil pessoas. Uma pequena engrenagem, mas que, encontrando-se no meio, movimentam duas engrenagens gigantescas. De um lado, 416 emissoras de TV e 3.806 de rádio, 3.626 títulos de revistas e 2.684 de jornais. De outro lado, os muitos milhões de micro empresas e profissionais liberais que fazem fotos, filmes, produção, pesquisas, ilustrações e tantos outros serviços especializados.

Dalton Pastore, presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap) e sócio da **Carillo Pastore Euro RSCG**

A DPZ, 13ª maior agência do País segundo o ranking do Ibope Monitor, fechou 2004 com um crescimento em torno de 20%, espelhando o que aconteceu com o mercado ao longo do ano passado. Entre os destaques da agência, no período, está a conquista de várias contas novas como Sony, Fuji Filmes, Hersheys, Giraffas e Cynar, entre outras. Outro ponto de destaque foi a joint venture celebrada com a japonesa Dentsu.

Para 2005 as expectativas são ainda mais promissoras, baseadas em fatos sólidos que vão da captação de novos negócios à consolidação do processo de reestruturação da agência, iniciado em 2003, envolvendo setores como planejamento e atendimento. O objetivo dessa reestruturação é tornar a agência mais produtiva e rentável,

otimizando os recursos dos clientes e atendendo-o como um todo.

Roberto Duailibi, diretor-sócio da **DPZ Propaganda**

Acredito que 2005 será um bom ano, no qual devemos crescer cerca de 15%, um resultado a primeira vista inferior ao de 2004 que foi de 24%. Mas não poderemos nos esquecer de analisar que se crescermos 15% será em cima de uma base mais ampla que foi a de 2004, pois no ano passado a porcentagem alta de crescimento foi em cima de uma base baixa, já que tivemos um 2003 muito ruim.

Daniel Barbará, diretor comercial da **DPZ**

Os anos de 2005 e 2006 serão de crescimento para o País e para o setor da comunicação. Minha expectativa é de que tenhamos um crescimento econômico da ordem de 4% a 5% este ano e que o setor da comunicação, em particular, tenha uma expansão de 10% a 20%. Nós estamos vindo de um período de quatro, cinco anos de estagnação. O meio publicitário viveu um arrocho nos últimos anos e as empresas precisam começar a investir, a desagiar seus antigos planos, a soltar as amarras.

O fato de termos visto o Brasil não renovar acordo com o FMI é um sinal do início da tentativa de o País criar independência econômica, embora seja importante fazer a ressalva de que é sempre bom poder contar com o antigo parceiro quando e se necessário. Isso gera, de alguma forma, um conforto maior no mercado para que possamos retomar o crescimento, para que as empresas se sintam mais confortáveis para investir e concretizar seus planos.

Eduardo Fischer, presidente do **Grupo Total de Comunicação**

O impacto das novas tecnologias começa cada dia mais a ser sentido pelo consumidor, na maneira como ele se diverte, se informa como usa os meios de comunicação. Hoje a indústria da comunicação precisa acompanhar também a tecnologia, porque já é

sabido que o meio é que vai determinar a mensagem. E se o meio está mudando, a mensagem vai ter que mudar também.

Em função desse cenário, acho que a coisa mais importante no momento é estar atento às mudanças da tecnologia e seus impactos no negócio da comunicação.

Nizan Guanaes, presidente da **Africa**

As emissoras de televisão anunciam, há muito tempo, que estão vivendo uma crise. Reconheço que ficou difícil para muitas delas sobreviver num mercado que aprende todos os dias que a internet também existe, não como opção de meio publicitário, mas como entretenimento, roubando diariamente milhares de telespectadores da TV para o computador. E, o que é pior, roubando de cima para baixo.

A internet pega primeiro os que possuem maior poder aquisitivo e, transformada em veículo publicitário, abocanha um filão significativo da mídia convencional. O prejuízo é duplo, em perda de audiência qualificada e de dinheiro. Mas, na minha opinião os maiores culpados desta crise no setor são os que trabalham apenas copiando o formato da líder. Não vejo crise nem para a Rede Globo e nem para a TV Shop Tour.

Luiz Galebe, presidente do **Shop Tour**

Após três anos de dificuldades, 2004 já foi um ano um pouco melhor para o Brasil, para o setor de comunicação e principalmente, para a publicidade.

Tradicionalmente, o nosso setor só reage após aquecimento e boa performance do mercado em geral. Com o crescimento da economia, melhores resultados no comércio e uma inflação razoavelmente sob controle, os investimentos no mercado de comunicação começaram a crescer, ainda que em patamares menores, se comparado a outros segmentos. Mas acredito num futuro promissor.

Roberto Justus, CEO e presidente do **Grupo Newcomm**



Florestas plantadas, utilizadas como insumos básicos, estão atraindo os interesses mundiais

PAPEL

O setor de celulose e papel no Brasil substituiu as importações e investiu nos últimos anos cerca de US\$ 1,5 bilhão/ano, o que deve ser prolongado até 2012. Com isso estaremos aumentando nossa escala de produção, gerando mais 60 mil empregos diretos e milhares indiretos e projetando dobrar as exportações de celulose. Nosso superávit setorial, no ano passado, foi de US\$ 2,2 bilhões, equivalentes a cerca de 7% do saldo comercial positivo do país.

Teremos assistido, neste momento, que nossas vantagens comparativas, sobretudo no crescimento das florestas plantadas que utili-

zamos como insumos básicos, estão atraindo os interesses mundiais, razão pela qual não será surpresa caso venhamos a galgar novas posições no ranking dos produtores mundiais, evoluindo das posições atuais de 7º em celulose e 11º em papel. Tudo isso, sem dúvida, trará investimentos adicionais do exterior aos US\$ 14,4 bilhões programados e em execução pelas empresas instaladas no Brasil.

Osmar Elias Zogbi, presidente da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa)

O setor de papelão ondulado tem procurado se firmar como a melhor alternativa de embalagem de transporte e agora, também, de embalagem de ponto de venda com base nas suas vantagens comparativas – versatilidade, resistência, biodegradabilidade e respeito ao meio ambiente. Atualmente, o Brasil ocupa a posição de 9º produtor mundial de papelão ondulado, orgulhando-se de registrar uma das maiores taxas de reciclagem do mundo, 77,3%.

Paulo Sérgio Peres, presidente da Associação Brasileira do Papelão Ondulado (ABPO)

QUÍMICA & PETROQUÍMICA

No Brasil, o consumo de polietilenos vêm atingindo crescimento exuberante, impulsionado pelo aumento da renda média da população, que fortalece a demanda de embalagens e bens de consumo generalizado. A indústria amplia significativamente o emprego de plásticos na linha de produção. A indústria automobilística, por exemplo, já emprega 83 quilos de plástico por unidade de veículo popular.

Além disso, há uma demanda mundial reprimida que se expressa pela grande defasagem de consumo per capita entre os países emergentes e os desenvolvidos. Para um consumo médio de plásticos na ordem de 24,5 kg no Brasil, 27,5 na Argentina e 29,1 kg no Chile, os países do Hemisfério Norte contra põe uma demanda de 180 kg per capita na Bélgica, 154 kg na Alemanha, 105 kg nos Estados Unidos e 88 kg no Japão. Nesse particular, destaca-se que a China recém atingiu os 4 kg per capita (contra 158 kg em Taiwan), um prenúncio de que teremos, nos próximos anos, um aumento firme da procura.

Luiz Fernando Cirne Lima, diretor superintendente da **Copesul**

A Rhodia, instalada no País há 85 anos, criou raízes profundas com a sociedade brasileira e desenvolveu, ao mesmo tempo, um relacionamento profundo com os mercados onde atua, o que nos permite ter uma visão de confiança dos nossos negócios para os próximos anos. Em 2004, nossas operações no Brasil cresceram 30% no faturamento e 45% nas exportações, comparados ao ano anterior. Para este ano, nossas projeções indicam que, embora o primeiro trimestre tenha sido apenas razoável, na média de nossas atividades, obteremos crescimento de 2 a 3 pontos percentuais acima do PIB estimado para o Brasil.

Nosso crescimento será garantido por investimentos que fizemos nos últimos anos, em torno de R\$ 600 milhões, em aumento de capacidades e modernização de processos. E sobretudo pela capacidade de inovação que a empresa desenvolveu no País; em média, por ano, fazemos o lançamento de 40 novos produtos e aplicações.

Walter Cirillo, presidente da **Rhodia América Latina**

A Rhodia Poliamida América do Sul analisa com otimismo o cenário do segmento em que atua – produtos em poliamida com aplicações em plásticos de engenharia, filamentos têxteis e fibras e fios industriais. Nossa avaliação se sustenta na cadeia produtiva totalmente integrada que temos na região, desde as matérias-primas até o os produtos que entregamos aos nossos clientes, e no conhecimento e relacionamento profundo que temos com os mercados nos quais estamos presentes.

Outra base importante para essa projeção otimista é a capacidade da empresa de produzir inovações. Em média, por ano, lançamos no segmento de poliamida 30 novos produtos e aplicações, reforçando nosso portfólio e nossas vendas.

No segmento de produtos de poliamida trabalhamos com a expectativa de um crescimento dos nossos negócios, em média, em 2005, em um índice um pouco acima do projetado para o PIB brasileiro. A maior parte dos mercados que atendemos tem mantido um ritmo de crescimento interessante, puxado sobretudo por exportações. O destaque entre os mercados é a indústria automobilística.

Já o setor têxtil pode experimentar em 2005 duas situações opostas: a área de malharia, onde os produtos finais têm maior valor agregado, por utilizar poliamida, deve registrar

crescimento. No lado do mercado que utiliza outras matérias-primas, o ano de 2005 deve ser mais fraco, principalmente por conta da forte concorrência de produtos importados da Ásia.

Marcos De Marchi, vice-presidente da **Rhodia Poliamida América do Sul**

A indústria brasileira de resinas plásticas é a maior produtora da América do Sul e oitava maior do mundo. Em 2004, o mercado de plástico no Brasil cresceu mais de 11%, patamar bem acima do PIB do ano passado.

A expectativa favorável do setor petroquímico para os próximos anos depende, entre outras coisas, da redução do custo do financiamento para investimento produtivo, de política de crédito simplificada e com agilidade adequada para modernizar o parque industrial brasileiro, e reforma tributária que incentive a produção e desonere a cadeia produtiva e promova a geração de empregos.

José Ricardo Roriz Coelho, presidente da **Polibrasil Resinas** e do Sindicato da Indústria de Resinas Plásticas (Siresp)

Nossa expectativa é de que a construção civil retome com plena força suas atividades em 2005, atendendo em parte a imensa demanda reprimida, principalmente na área de habitações populares. A Tigre vê espaço, e necessidade, de crescimento para o setor. Com a retomada interna e nosso constante crescimento no mercado internacional, via exportações e unidades fabris estrategicamente instaladas, imaginamos um crescimento físico superior a 10% neste ano.

Amury Olsen, presidente da **Tigre**

85 anos
esbanjando
saúde e
lucidez.

Homenagem da Golden Cross
aos 85 anos da Gazeta Mercantil.



**Golden
Cross**
4004-2001

ANS - P-40311E



A visão dos empresários



Não-ferrosos

Nos últimos 20 anos, o segmento de não-ferrosos comportou-se de maneira cíclica, apresentando picos e vales de preços. Flutua em função de diversas características, passando por mudanças de regulamentos setoriais, variações cambiais, crises de suprimentos de matérias-primas críticas, alterações de regras de exportação e importação etc.

Para este próximo período pode-se esperar as mesmas posições, combinadas com aumento de exigências, por parte dos clientes, por produtos com níveis mais elevados

de padrão de qualidade, prazo e prestação de serviços complementares, com agregação de valor. Isso torna o processo de gestão cada vez mais dedicado à precisão no planejamento e definição de ações que eliminem, atenuem ou compensem as dificuldades citadas. Os direcionamentos abrangentes de objetivos em toda cadeia organizacional e sua completa execução são elementos fundamentais para o sucesso da nossa empresa.

Nilson Pereira Sousa, diretor da Alumar

Comércio

O futuro aponta para o setor de serviços. Atividades nas áreas de lazer, negócios, hotelaria, gastronomia, comunicações e informações estão hoje na ponta da geração de empregos, por seu dinamismo econômico.

Isso não reduz a importância do comércio tradicional, do varejo e do atacado. O comerciante hoje está mais profissionalizado e atento às técnicas de administração. Mas ele sofre com as altas taxas de juros e compete em condições desiguais com a pirataria e a informalidade.

Além disso, o excesso de impostos retira dos contribuintes recursos que poderiam ser injetados no consumo. Não é possível planejar e investir se as regras mudam todos os dias e a carga tributária não pára de aumentar.

Abram Szajman, presidente da Federação do Comércio do Estado de São Paulo

Eu sempre acreditei no Brasil e no seu futuro, apesar de convivermos com algumas situações negativas. Quando o País toma o caminho do desenvolvimento, o varejo acompanha este processo.

A cada dia, o varejo enfrenta uma competição crescente, o que exige grande capacidade e competência dos empresários. Somente permanecerá no mercado quem for realmente competente e souber oferecer diferenciais percebidos pelo consumidor.

Acredito na continuidade das redes regionais. Mas, em termos nacionais, a tendência é de uma concentração do varejo de eletros nas grandes redes que, no futuro, não deverão ser mais do que três.

Adelino Colombo, diretor-presidente da Lojas Colombo

A Expand vive um momento de ouro enquanto empresa. Dentro passamos por uma reformulação e um rejuvenescimento. Com a chegada dos meus quatro filhos ao negócio, passei a trabalhar no consenso e não mais arriscando em tudo até o limite, como era meu estilo.

Contratei ainda vários jovens executivos e partilho todas as responsabilidades com eles e meus filhos: quando viajo, por exemplo, eles assumem rotativamente o comando da empresa, com ampla liberdade de ação.

Os resultados deste ano estão sendo ótimos e começamos com a espetacular feira de vinhos organizada por minha filha em janeiro, mês tradicionalmente fraco em vendas. Também acabo de voltar da Costa Rica, onde a Expand foi escolhida o melhor distribuidor da marca Concha y Toro, entre seus representantes de 26 países.

O Empório Santa Maria vive também um grande momento com a parceria com a Fauchon. O Rio Sol, vinho que estamos produzindo no vale do São Francisco, que vai ser lançado na França, pela Fauchon, no mês de junho.

Otávio Piva de Albuquerque, presidente do Expand Group

Nos últimos anos, nossas políticas públicas privilegiaram as atividades que tinham relação com o mercado externo. A curto prazo, porém, o mercado interno despenca com maior potencial de expansão. A volta do crescimento econômico trará, além de outras vantagens, novos consumidores ao mercado e aumento do poder de compra das famílias. Mas ainda se observa um grande amadorismo na administração das empresas comerciais. Se isso evidencia um problema, também indica um amplo campo de trabalho nessa área.

Nossa região está na linha de frente do desenvolvimento: enquanto a indústria cresceu 8% no Brasil em 2004, em Caxias do Sul cresceu 29%. O avanço das atividades comerciais já pode ser constatado pela vinda de novos grupos para a cidade. Isto é visto, às vezes, como uma ameaça às empresas locais, mas na verdade o que está acontecendo é um grande desafio de conquista de novos mercados e de novos consumidores.

Pedrinho Ferrarini, presidente Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) - Caxias do Sul (RS)

Petróleo & Gás

A Texaco, que completa 90 anos no Brasil, confia no avanço econômico do País. No setor de combustíveis assistimos a uma consolidação progressiva da regulamentação e trabalhamos continuamente para solidificar a parceria com nossos revendedores. Acreditamos na continuidade do processo de saneamento do mercado e na força de um sistema competitivo que produza resultados positivos para as empresas e para os nossos consumidores.

Carlos Roberto Fernandes, presidente da Texaco Brasil

No mercado de distribuição de GLP também haverá crescimento, mesmo com o aumento da participação do gás natural na matriz energética do Brasil, provando que são insumos complementares antes de simples concorrentes.

O equacionamento dos problemas de política energética, com marcos regulatórios adequados e modernos, aumentará o interesse dos investidores privados no setor, e até mesmo viabilizará novas fontes de suprimento de energia, inclusive petróleo e gás, suportando a demanda que o crescimento do País exigirá.

Caio Turquetto, vice-presidente da Copagaz

Nos últimos anos, a distribuição de gás natural cresceu 14% ao ano, ante 2,5% do petróleo.

É preciso lembrar porém, que a participação do gás natural na Matriz Energética Brasileira ainda é pequena, em torno de 6%, frente à média mundial que é de 20%. Ainda há muito espaço para crescimento. A chegada de novos investimentos, com a privatização de algumas empresas, deram novo impulso a este mercado e o crescimento desta indústria é visível, mas ainda há alguns entraves a serem removidos. É necessário dar maior segurança ao investidor, como por exemplo, o estabelecimento de uma legislação específica para o gás natural.

Luis Domenech, presidente da Comgás

No setor de GLP, em 2004 pudemos retomar o crescimento, fechando o ano com uma demanda 3% acima do ano passado, em movimento contrário do que ocorreu nos últimos dois anos. Para 2005, apesar da queda do consumo nos primeiros meses, esperamos um crescimento de 2%, e uma evolução gradual em 2006. É para isso que estamos nos preparando.

Lauro Cotta, presidente da SHV Gas Brasil

Transportes



Aumento da participação da ferrovia na matriz de transportes diminuirá os custos da logística

No setor ferroviário, os desafios são inúmeros. Ferrovias são investimentos intensivos em capital e de longo prazo que só têm viabilidade econômica se contam com taxas de retorno competitivas e prazos adequados. O grande nó a ser desatado passa pela redução drástica do custo de capital e pela viabilização de garantias flutuantes – permitir que o ativo gerado pelo projeto em implantação sirva como garantia – a serem dadas ao grande volume de investimentos que precisam ser realizados.

O aumento contínuo da participação da ferrovia na matriz

brasileira de transportes levará à redução dos custos de logística com o consequente crescimento do agronegócio, da exportação, e do consumo interno, cada vez mais intenso e diversificado. É importante lembrar que desenvolvimento não é um conceito somente econômico, mas também, social, e este é o aspecto mais desejável no desenvolvimento.

Jayme Nicolato Correa, diretor-presidente da Companhia Ferroviária do Nordeste (CFN)

O transporte público de passageiros, no mundo todo é subsi-

diado, mas no Brasil é extremamente tributado. A consequência é a elevada tarifa cobrada ao usuário e o principal motivo de termos milhões de brasileiros excluídos do acesso ao transporte e consequentemente, excluídos de exercerem sua cidadania. Quem não tem acesso a transporte não tem acesso ao emprego, a educação, a saúde e ao lazer.

Só continuarão atuando do mercado as empresas que realizarem um grande esforço de modernização dos seus processos produtivos, visando reduzir custos para se cobrar a menor tarifa possível. Esse processo é, e deverá

ser, sempre contínuo para que possamos estar cada vez mais comprometidos na busca de uma gestão eficaz para produzir em um serviço de qualidade ao usuário

Como o genial sociólogo e antropólogo francês Edgar Morin, acredito no improvável, pois, se acreditarmos nas probabilidades, iremos rumo ao caos econômico, caos ecológico, caos demográfico... Mas o improvável pode acontecer. Por isso, continuaremos investindo no setor de transporte de passageiros.

Paulo Porto Lima, diretor-geral do Expresso Guanabara

Seguros

O negócio de seguros no mundo inteiro está intrinsecamente ligado ao desenvolvimento das economias, ou seja, cresce se a economia se desenvolve ou mingua caso haja estagnação da atividade. No Brasil, acredito que os principais desafios ao negócio de seguros são:

– **Massificação**, que ocorreria pelo aumento de confiança dos consumidores nos produtos de seguros, ou seja, a população entenderia que é interessante “pagar” para transferir a uma empresa seus riscos inevitáveis.

– **Conscientização do governo federal** de que um sistema segurador forte e eficiente é ingrediente fundamental para o desenvolvimento do País, pois elimina ou, ao menos, reduz as incertezas dos investimentos econômicos, além de reforçar a poupança.

– **Popularização**, via a conquista de instrumentos de estímulo fiscal e a eliminação de entraves burocráticos que encarecem desnecessariamente o produto.

Luiz de Campos Salles, presidente da Itaú Seguros

A expansão dos mercados de seguros e previdência complementar está ligada diretamente ao bom desempenho da economia brasileira. Nesse sentido, acredito que o País tem dado sinais bastante positivos, que deverão se manter ao longo dos próximos anos. O controle inflacionário, a trajetória do PIB e os incentivos à formação de poupança de longo prazo – tendo como exemplo o novo sistema tributário do mercado de investimentos, incluindo os planos de previdência – destacam o equilíbrio das decisões adotadas pelo governo federal.

Para que isso se mantenha, é extremamente importante uma rígida política de contenção dos gastos públicos. Nesse contexto, o mercado de seguros se apresenta com um perfil de grande investidor de longo prazo e agente formador da poupança interna tão necessária.

O setor, que representa cerca de 3,2% do PIB, responde sempre com soluções inovadoras e produtos que acompanham a evolução da economia, permitindo que empresas e consumidores encontrem a garantia da continuidade de seus negócios e de seu futuro.

Como tendências importantes, acredito que as seguradoras estarão cada vez mais focadas em determinados segmentos e regiões, restando poucas companhias com atuação nacional, como é o caso da SulAmérica. Vale destacar ainda a busca constante por produtos que atendam as necessidades da população de baixa renda. A abertura do mercado

Informação também faz parte do nosso negócio.

O Banco Votorantim parabeniza a Gazeta Mercantil pelos seus 85 anos.



Banco **Votorantim**
Conhecer faz a diferença

EDUCAÇÃO & SAÚDE

Existem hoje no mundo cerca de 15 mil escolas de administração. Somente três países têm mais de mil escolas nessa área: Estados Unidos, Índia e Brasil. Há poucos anos, o mercado brasileiro tinha de uma a duas centenas. Em pouco tempo, esse número pulou para mais de mil. O que significa que existe uma demanda gigantesca nessa área. Esse fenômeno é mundial. Existe um movimento estrutural em função de uma demanda maior por cursos de gestão no mundo.

O que se discute, nessa expansão, por exemplo, nos Estados Unidos, é em relação à diminuição da atratividade e qualidade de alguns cursos, como os de MBA. No Brasil, esse fenômeno mundial foi ampliado. Aumentou muito a quantidade de pessoas que completam o ensino médio e isso gerou enorme demanda por algumas áreas, como a de administração. Sem entrar na discussão da qualidade, do ponto de vista social isso é muito bom.

Por outro lado, esse movimento exige uma certa regulação para acompanhar a qualidade da expansão quantitativa. Isso é feito através de rankings, de associações.

A FGV tem crescido 30% ao ano nos últimos cinco anos. A EAESP, com 15 mil alunos, é uma das maiores escolas do mundo. Gerou novas unidades como a Faculdade de Direito e a Faculdade de Economia, com propostas bastante inovadoras, com a mesma marca que gerou a criação da EAESP há 50 anos.

A proposta é continuar sendo uma das melhores instituições de ensino do Brasil e do mundo. Das 15 mil escolas existentes no planeta só oito, entre elas, a EAESP, têm o triplice credenciamento, americano, europeu e inglês. Respectivamente, o da AACSB – *The Association to Advance Collegiate Schools of Business*, o da EQUIS – *European Foundation for Management* e o da *Association of MBA (AMBA)*.

Fernando S. Meirelles, diretor da *Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP)* da *Fundação Getúlio Vargas (FGV)*

Vejo com otimismo o futuro da educação no Brasil. O conhecimento é uma necessidade cada vez mais premente diante de um cenário de complexidades, que envolvem desde a ética até o vertiginoso desenvolvimento tecnológico e a consequente aceleração dos processos de transmissão de dados. A cultura, a profissão, as informações tornam-se imprescindíveis para a pessoa e para as organizações. Neste sentido, a Universidade é um lugar privilegiado. Aliás, a produção e a transmissão do conhecimento é a própria finalidade da instituição.

Mas vivemos no dinamismo da história, por isso, a academia, além de aperfeiçoar seus métodos, precisa responder as demandas da sociedade. No próprio setor da educação a competição obriga a evoluir, a ter qualidade. Não basta produzir o conhecimento, é necessário aplicá-lo na solução das questões relevantes do mundo do trabalho, da ecologia, da saúde, da administração dos bens e empresas, enfim de tudo o que envolve a vida. Esse processo deve ter a perspectiva do desenvolvimento, da inclusão social e da promoção da cidadania.

Por isso, junto com o otimismo vem a preocupação em preparar-se para o futuro, que já começou. Sobre a universidade pesa a responsabilidade de gerir o ensino, a pesquisa e a extensão na direção de um mundo melhor. Para uma sociedade que quer desenvolver-se harmônicamente, a educação é prioridade.

Luiz Antonio Rizzon, reitor da *Universidade de Caxias do Sul*

O setor de saúde atravessa uma gravíssima crise. O modelo atual de medicina privada, baseada nos planos e seguros de saúde, está completamente ultrapassado. Basta dizer que o mercado, que já foi de 42 milhões de vidas, foi reduzido drasticamente para 33 milhões. Outra consequência dessa distorção é que, atualmente, praticamente, não são mais vendidos planos individuais no país.

A saúde no mundo inteiro é cara e o aumento dos seus custos é sempre maior do que o aumento do poder aquisitivo da população de um modo geral. Saúde não tem preço, contudo tem custos. E, as novas tecnologias e as grandes conquistas da Medicina moderna, de um modo geral, têm acarretado custos cada vez maiores.

Diante dessa conjuntura, acredito que o ano de 2005 para o

nosso segmento, incluindo operadoras de planos e seguros saúde, bem como os prestadores de serviço, será o mais difícil de todos. A sobrevivência do sistema vai depender não só da capacidade de gerenciamento dos financiadores e fornecedores, mas, sobretudo, de ações governamentais, uma vez que a atividade é regulada e regulamentada pelo Governo.

Mesmo sabendo das dificuldades enfrentadas pela população, afirmo que, se o governo não autorizar um aumento das mensali-

dades dos planos muito acima da inflação, o sistema marchará, com certeza, para uma situação insustentável. Nesse contexto, acredito que os hospitais, independente do tamanho, que não exercerem um rigoroso controle dos seus custos, sem comprometer a qualidade dos serviços, seguirão o mesmo destino que já vem sendo trilhado por inúmeras unidades no mercado nacional: o fechamento.

Eustácio Vieira, presidente do *Hospital Santa Joana*



Divulgação

Aumentou muito a quantidade de crianças que acessam o segundo grau, gerando enorme demanda por algumas áreas do ensino superior

**AFRICA.
A AGÊNCIA
TOP OF MIND
DO BRASIL.**

www.africa.com.br