

POVOS INDÍGENAS NO BRASIL

FONTE : Isto É Suhor

CLASS. : 34

DATA : 22 4 92

PG. : 56



SAULO PETEAN/IMAGENS

Gordon e Anita Roddick com o chefe Paiakan: da Amazônia para as vitrines

MARKETING ECOLÓGICO

Made in Xingu

Índios caiapós exportam óleo de castanha para a Inglaterra

Desde o tempo em que trocavam ouro por espelhos com os descobridores portugueses, os índios brasileiros jamais haviam estabelecido relações comerciais com o Exterior. No último dia 8, o chefe Paulinho Paiakan, da tribo caiapó do Xingu, no Amazonas, firmou um contrato de exportação de óleo de castanha-do-pará com a marca Body Shop, a rede de cosméticos naturais que mais cresce na Grã-Bretanha. O condicionador de cabelos "Brazil Nut" já é comercializado nas cerca de 450 filiais espalhadas por 39 países e, há duas semanas, a imagem de um índio caiapó está em todas as vitrines das lojas britânicas.

O curioso é que desde a sua criação, em 1976, a Body Shop jamais investiu em propaganda e seu sucesso comercial está intimamente ligado ao marketing ecológico de seus proprietários, o casal Gordon e Anita Roddick. A partir de 1987, eles criaram o movimento "Trade, not aid" (Comércio, não ajuda), que busca soluções práticas para beneficiar povos subdesenvolvidos. "Acreditamos que cada consumidor tem a nítida sensação de estar colaborando com a preservação da Amazônia", explica Philip Talbot, um dos coordenadores do projeto. Uma das últimas criações foi a revista em quadrinhos *Fight for de forest (Luta pela floresta)*, que narra o encontro da marca com os caiapós

e conta aspectos da vida dos índios. De cada exemplar vendido a 1,25 libra (pouco menos de dois dólares), a tribo receberá cerca de 15%. "Aprendi no Japão o imenso valor educativo das revistas em quadrinhos para o público jovem", justificou a idéia Anita, que também já ingressou no ramo literário ao escrever sua autobiografia, em outubro do ano passado, sob o título *Body and soul (Corpo e alma)*. Nela conta como se tornou uma das maiores fortunas da Inglaterra a partir de um empréstimo de US\$ 7 mil.

Com a intensificação da política ecológica, que rendeu à marca um lucro de US\$ 20 milhões no ano passado, a Body Shop planeja abrir outras 160 lojas até dezembro, algumas delas em forma de franquias para representantes no Brasil. "Planejamos manter uma taxa de crescimento anual em torno de 40% a 50%", admite Anita, colecionadora dos maiores prêmios na área empresarial na Inglaterra - e outros, como o Global 500, o mesmo dado a Chico Mendes pela defesa da floresta. Os pesquisadores duvidam que essa exploração comercial seja a saída para os problemas da região, mas os caiapós certamente deverão sentir que fizeram melhor negócio do que seus antepassados.

FINANÇAS

Troca de marcha

Volvo compra o MidBank para acelerar as vendas

A Volvo do Brasil, que teve um faturamento de US\$ 300 milhões no ano passado, realizou na terça-feira, 14, uma antiga ambição: ter um braço financeiro para agilizar suas vendas de ônibus e caminhões. Por cerca de US\$ 6 milhões, a Volvo, associada aos proprietários da sua rede de concessionárias, comprou o MidBank. Foi um negócio de ocasião. Esse banco de uma só agência, localizada em São Paulo, era uma sociedade do Bamerindus com o inglês Midland Bank. Por motivos diferentes, os dois estavam interessados na venda. Agora a Volvo está equipada para abrir linhas de capital de giro às suas 55 concessionárias e para financiar a venda dos seus veículos com Crédito Direto ao Consumidor. "É muito melhor ter controle do próprio negócio do que depender de terceiros para financiar a venda de ônibus e caminhão", assinala Karlos Rischbieter, ex-ministro da Fazenda e presidente do Conselho de Administração da Volvo do Brasil e do banco, que se deverá chamar Transbanco.

O MidBank, que já estava meio desativado, foi comprado "limpo", como se diz no jargão bancário. A sua carteira de crédito e as contas dos seus clientes foram antes da venda absorvidas pelo Bamerindus e pelo Midland Bank. A Volvo e as suas concessionárias, que participaram meio a meio na transação, ficaram com a cartapendente e com as instalações. Uma segunda agência deverá ser aberta em Curitiba, onde

está sediada a empresa. Esse banco, que inicialmente vai ater-se ao financiamento dos negócios da Volvo, no futuro, segundo Rischbieter, poderá expandir-se para outras atividades. O Bamerindus se interessou na venda porque o Banco Central faz restrições ao controle de dois bancos múltiplos por um mesmo grupo. O Midland Bank, em dificuldades financeiras na Inglaterra, está em processo de fusão com o Hongkong & Shanghai Banking Corporation.



RICARDO ALMEIDA

Rischbieter: crédito próprio