

anave

especial

Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados

**24º Fórum de
Análise do Mercado
de Celulose, Papel
e Industrial Gráfico**

Celulose e Papel no Brasil

**A busca de caminhos
para a nova década**

**PAPEL E
CELULOSE**

*BNDES alerta:
É Preciso Retomar
os Investimentos*

**TECNOLOGIA
GRÁFICA**

*O Impacto dos
Novos Sistemas de
Impressão no Papel*

ECONOMIA

*O Futuro na
Visão do Professor
Luciano Coutinho*

IMAGE. O IMPORTADO
100% NACIONAL.



Disponível nas gramaturas 90/105/115/130/145/170.
Para maiores informações e amostras disque: 0800 160606.

Image é o novo papel couché fabricado pela Ripasa. Ele tem cara de importado, característica de importado, mas é 100% brasileiro. O papel couché Image tem alto brilho e amplo range de gramaturas. Coisa que muito nacional ainda não tem. Como a Ripasa conseguiu um couché assim? Utilizando a mais alta tecnologia em revestimento de papel. O resultado é brilhante! Assim como seu padrão de brancura que se destaca no mercado. Por isso prove você também Image. A sua nova opção em couché 100% nacional.



mage
O couché da Ripasa
Naturalmente Brasileiro.

www.ripasa.com



Jaboticaba. Naturalmente brasileira.

6 Editorial
A Palavra do Presidente

8 24º Fórum
Definindo os Rumos do Setor

12 Embalagem
O Cartão e o Consumo de Embalagens

17 Interface Papel/Gráfica
O Impacto da Tecnologia Gráfica no Papel

20 Celulose e Papel
Do que Dependem os Novos Projetos

22 Embalagem
A correlação entre Kraftliner e Papelão Ondulado

26 Celulose e Papel
Aumenta o Consumo de Papel Couché e LWC

**| nº 87 |
especial 99**



Foto capa: Stock Foto

31 Mídia Digital
A Gráfica do Futuro

34 Economia
A Visão do Professor Luciano Coutinho

38 Distribuição
Fabricantes e Distribuidores Buscam Melhor Entendimento

40 Celulose e Papel
Papéis Especiais: Um Produto Diferente

43 Reciclagem
Papéis Reciclados: Questão Econômica ou Social?

48 Economia
Celulose e Papel na Visão das Instituições Financeiras

52 Celulose e Papel
BNDES Prevê: Vai Faltar Papel

56 Celulose e Papel
O Processo de Consolidação da Indústria Papeleira

60 Comércio Exterior
O que pensa o economista Roberto Giannetti

64 Fórum de Análise
Cobertura Social do Evento

66 Anave
Quem é Quem na Associação

Publicação Trimestral

Órgão oficial de divulgação da ANAVE - Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados, registrada no 5º Cartório de Registro de Títulos e Documentos sob nº 4851 - Livro A.

Presidente
Cláudio Henrique Pires

Comitê Editorial
Miguel Cozzubo Neto (Presidente)
César Magno P. Ribeiro
Cláudio Vieira
Marco Antonio Luiz de Miranda Bodini
Oswaldo Ferrari
Roberto Barreto Leonardos

Editora
Gracia Martin
Reg. Prof. 14.051
Fone: (011) 6421-8124

Editoração e Arte
Daniela Tutumi

Fotos
Nelson Brunel's

Produção, Fotolito e Impressão
RPA Editorial

Redação
Rua Oliveira Peixoto nº 165 - Aclimação
São Paulo - SP
CEP 01530-040
Fones: (011) 279-8570 3341-0150
Fone/Fax: (011) 279-7908
e-mail: anaveassoc@uol.com.br

Impressão
Copy Service

Tiragem
4.500 Exemplares

Capa impressa em *Papel Couché Image Art - Brilhante L2 145 g/m²*.
Miolo: *Papel Couché Image Art - Brilhante - L2 - 90 g/m²*
Papéis fabricados pela
RIPASA S/A CELULOSE E PAPEL

Os conceitos e opiniões expressos em artigos assinados são de inteira responsabilidade dos autores.

É proibida a reprodução total ou parcial de quaisquer dos artigos publicados sem prévia autorização da ANAVE.



VOCÊ JÁ DEVE TER RECEBIDO UM CARTÃO NOSSO E NEM SABE.



Pensando na indústria de embalagens, a Klabin



desenvolveu uma linha moderna e diversificada de cartões:



Klabin Boards. Destinada à produção de embalagens



semi-rígidas, essa linha foi criada para atender as

necessidades dos mais variados segmentos do mercado.



**Klabin *Liquid* Board, Klabin RIGID Board,
Klabin ~~X~~RIGID Board, Klabin Carrier Board, Klabin FREEZE Board.**



Indústrias **Klabin** Papel e Celulose
100 anos em 1999

"A Anave precisa participar na adequação do profissional de vendas."



Ao abrir o 24º Fórum, eu mencionei que a proposta da ANAVE era criar oportunidade para uma ampla discussão, que nos oferecesse elementos para delinearmos o nosso amanhã.

O que vimos no Fórum?

Primeiro, o Dr. Boris

Tabacof informa que a lucratividade do setor ainda não motiva o desengavetamento dos projetos de expansão. Mais tarde, o Professor Luciano Coutinho demonstra que, no cenário mais provável para a economia, haverá crescimento médio de 3,5%, o que provocaria aumento anual de mais de 4,0% no consumo de papel. Esta previsão de elevação do consumo de papel é confirmada pelas projeções apresentadas pelo Engenheiro Valença, do BNDES, que reafirma a necessidade de investimentos da ordem de US\$ 5,5 bilhões até o ano 2005, para que o Brasil mantenha o abastecimento interno e continue como exportador de papel e celulose.

Na última palestra, o economista Roberto Giannetti da Fonseca, como *trader*, demonstra o alto poder competitivo que o Brasil tem como exportador de papel e celulose, principalmente no momento atual, onde começamos a sentir os primeiros sinais de redução do "custo Brasil".

Todos estes aspectos não foram suficientes para atenuar o pessimismo deixado pelo presidente da Bracelpa, Dr. Boris, em sua apresentação.

Ainda bem que, neste caso, o "amanhã" não é o dia seguinte a hoje. Ainda temos tempo!

O Valença falou muitas coisas importantes, mas o que ele não disse é que nos deixa mais esperançosos: "Para um bom investidor, meio gráfico basta".

O desbalanceamento entre a oferta e a demanda de celulose provocará, certamente, o aumento do preço da celulose e do papel a níveis que motivem a retomada dos investimentos. Mais uma vez, a mão invisível do mercado colocará as coisas nos devidos lugares e o Brasil não perderá a posição de exportador que tanto custou a conseguir.

E a posição da ANAVE nesta hora?

Vimos que a ANAVE precisa participar na adequação do profissional de vendas, quer seja o vendedor tradicional ou o novo teleoperador, aos desafios que a disseminação da Internet provocará em todos os segmentos de papel e celulose, como foi demonstrado em diversas palestras ao longo de dois dias do Fórum. Também percebemos que, diante da rapidez com que a economia brasileira se altera influenciada por fatores externos e pela política interna, devemos buscar maneiras de acompanhar mais de perto tudo o que está acontecendo, realizando minifóruns de análise dos principais segmentos do setor, antecipando o futuro.

Devemos lembrar que, no próximo ano, a ANAVE completará seu 30º aniversário e o Fórum de Análise estará em sua 25ª edição, fatos que merecem um grande evento.

Vamos ao trabalho, desde já.

Cláudio Henrique Pires
Presidente



PATROCINADORES do 24º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Industrial Gráfico



Celulose Nipo-Brasileira S.A.



Champion
Champion Papel e Celulose Ltda



DIXIETOGA



Indústrias **Klabin**
Papel e Celulose



DISTRIBUIDORA



MAERSK



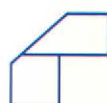
MD PAPÉIS



PISA PAPEL DE IMPRENSA S.A.



pinhopel



RIOBRANCO

Com. e Ind de Papéis Ltda



RIOCELL

A consciência de quem sabe o que faz.



S.Magalhães



CIA. INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPEL



RIPASA

Compromisso com Soluções



SUZANO

PAPEL E CELULOSE



TRANSPORTES DELLA VOLPE S/A



DISTRIBUIÇÃO PROFISSIONAL



VOTORANTIM CELULOSE E PAPEL

VOITH SULZER
PAPER TECHNOLOGY

É preciso retomar o crescimento

Por: Gracia Martin

O processo de globalização, que revolucionou o mundo impondo remodelação tecnológica, financeira e comercial, já é realidade. Agora, os setores produtivos passam por um processo de consolidação, que compreende grandes transformações: aquisições, fusões, incorporações, redirecionamento do foco de negócios e outras mudanças relevantes.

No 24º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Industrial Gráfico, aberto oficialmente na noite de 23 de agosto, verificamos que toda essa reestruturação é bastante complexa e não ocorre de forma linear, atingindo diferentemente cada país e diferentes segmentos industriais.

Os trabalhos foram divididos em quatro sessões, desenvolvidas no transcorrer do segundo e do terceiro dia.

A primeira palestra, sobre o tema "O Novo Cenário da Embalagem no Brasil", foi apresentada por Sérgio Habersfeld, presidente da ABRE-Associação Brasileira de Embalagem, que analisou o desempenho do setor de embalagens e apontou para o potencial de crescimento da região nordeste do Brasil. Ele também chamou atenção para o fato do cartão estar sendo substituído, em alguns tipos de embalagens, por filmes flexíveis. Em seguida, Gerson Pacheco, da Xerox do Brasil, falou sobre "A Nova Dinâmica em Papéis

Cortados". Ele enfatizou que "no Brasil, há uma excelente oportunidade de negócio para o papel cortado"; porém, indicou a necessidade de remodelar a dinâmica de comercialização desse produto. "O cliente deseja comprar soluções integradas", afirmou. Finalizando os trabalhos da primeira sessão, o presidente da BRACELPA, Boris Tabacof, expôs "Uma Visão Geral do Setor Brasileiro de Celulose e Papel". Ele destacou as vantagens competitivas do Brasil, que "resistiu" às dificuldades decorrentes de longo período de defasagem de preços, e reivindicou condições para que o setor possa retomar os investimentos. "Vem aí um novo ciclo de investimentos e o Brasil tem condições de ser um *player* mundial. Somos endogenamente competitivos.", afirmou.

Após as palestras, o presidente da mesa Ruy Haidar, da Santher, conduziu os debates. Ao comentar as tendências de fusões e incorporações, o presidente da BRACELPA admitiu a possibilidade do setor engajar-se nesse movimento; contudo, ressaltou Boris Tabacof: "Tem que ser uma decisão dos acionistas das empresas, sem interferência do governo. A prioridade é investir para crescer e não para promover fusões". Essa declaração teve grande repercussão na imprensa.

Ruy Haidar, Presidente da sessão, declarou-se impressionado com as informações do confe-

rencista Gerson Pacheco, "que confrontou a qualidade do papel com as novas tecnologias de impressão. Vemos que o mundo eletrônico está evoluindo de forma fantástica", disse ele.

A segunda sessão foi aberta pelo conferencista Theodolindo de Oliveira Borges, da Klabin, que falou sobre "Tendências do Papel Kraft". Ele concentrou o estudo apresentado no kraftliner, produto feito 100% com fibras virgens, cuja produção e consumo estão evoluindo positivamente e que tem forte correlação com o papelão ondulado.

Em seguida, Renato Freire de Oliveira, da Agfa, apresentou o

Homenagem

Foram homenageadas com o título de SOCIO EMÉRITO DA ANAVE, as seguintes personalidades:

- Dante Emílio Ramenzoni, diretor presidente da Papyrus Ind. de Papel S/A
 - Max Feffer, presidente do Conselho de Administração da Cia. Suzano de Papel e Celulose, da Bahia Sul Celulose S/A e da Igaras Papéis de Embalagens Ltda.
 - Osmar Elias Zogbi, presidente da Ripasa S/A Celulose e Papel.
- Também foi homenageado, com o título de SÓCIO BENE-MÉRITO da Associação, o conselheiro vitalício da ANAVE, Alberto Fabiano Pires. O conse-



tema "A Gráfica do Futuro", demonstrando a evolução tecnológica dos equipamentos utilizados para impressão. Segundo ele, as gráficas devem estar preparadas para imprimir pequenas tiragens no mais rápido tempo possível e, ainda, precisam ter flexibilidade para alterar (personalizar) impressos.

A terceira palestra foi apresentada por Mauro Cerchiari, da Champion. Ele falou sobre "O Mercado de Papéis Revestidos na América Latina", "que deverá crescer consideravelmente com a vinda de empresas multinacionais para este continente e com a mudança de hábito dos consumidores".

Mário Higino Neves Mello Leonel, da BRACELPA, presidiu a sessão e, ao final dos trabalhos, comentou: "O Fórum de Análise da ANAVE ganha, a cada ano, maior expressão, por criar oportunidade para se discutir o setor, as tendências e as oportunidades que todos os profissionais precisam conhecer para melhor trabalhar e fazer que seus produtos sejam colocados no mercado ou exportados. Os três conferencistas que se apresentaram nessa sessão que presidi puderam colocar com criatividade seus pontos de vista. Os questionamentos do público, durante os debates, conseguiram trazer motivação para que, cada

vez mais, os segmentos tenham suas particularidades expostas, de tal forma que todos conheçam um pouco de todos os setores que integram a indústria."

O professor Luciano Coutinho, da Universidade de Campinas, apresentou a sessão de encerramento, falando sobre perspectivas econômicas. Ao final da palestra, concluiu que, mesmo confirmando-se a perspectiva econômica mais pessimista, a produção de papel não será suficiente para atender à demanda.

A terceira sessão, presidida por João Lalli Neto, da KSR, teve início com a palestra apresentada por Arthur Gonoretzky, da Branac, sobre o tema: "Os Desafios da Distribuição no Brasil". Ele traçou um perfil do setor e mostrou alguns dados sobre a forma de atuação de distribuidores e fabricantes na Europa. Apontou as principais dificuldades enfrentadas pelos distribuidores brasileiros, tais como concorrência desleal e elevada inadimplência, e ressaltou a importância de fortalecer cada vez mais o relacionamento entre fabricantes e distribuidores.

Em seguida, Eberson Tadeu de Souza, da MD Papéis, falou sobre "O Mercado de Papéis Especiais no Brasil - Tendências e

lheiro vitalício Sílvio Gonçalves, convidado para oficializar a homenagem, referiu-se ao "companheiro Fabiano", como "capaz, dinâmico e inteligente".

Dentre as personalidades que compareceram à solenidade de abertura, destacavam-se presidentes e representantes das entidades mais representativas do setor: Ruy Haidar, presidente do Conselho Deliberativo da BRACELPA; Marco Fábio Ramenzoni, presidente da ABTCP; Edmur Batista do Carmo, presidente da ABFLEXO/FTA-Brasil; Paulo Sérgio Peres, presidente da ABPO; Dante Ramenzoni, presidente do Sindicato da Indústria do Papel, Celulose e Pasta de Madeira para



Dante Ramenzoni (à dir.) recebe o título de Sócio Emérito da Anave entregue por Cláudio Pires.

Papel no Estado de São Paulo; Vicente Amato Sobrinho, presidente do SINAPEL; Mário Leonel, representando Boris



Fabiano Pires, conselheiro vitalício, homenageado com o título de Sócio Benemérito da Anave.

Tabacof, presidente da BRACELPA e Adolfo Cyriaco, representando o presidente da ABIGRAF, Max Schrappe.

Perspectivas". Mencionando aspectos mercadológicos desse segmento, o conferencista apresentou importantes observações como, por exemplo, será cada vez maior a demanda por serviços pré e pós-venda, sendo fundamental entender a necessidade do cliente, administrar a interface entre clientes e fabricantes, acompanhar a conversão do produto e interagir com o consumidor final.

O consultor da BRACELPA, Alberto Fabiano Pires, falou sobre "Aspectos Gerais da Reciclagem de Papel no Brasil". A apresentação compreendeu aspectos técnicos, industriais e mercadológicos, alcançando caráter elucidativo de conceitos mal-interpretados pela sociedade em geral, como esclarecendo que "nem sempre a utilização de um determinado tipo de matéria-prima reciclável permite a produção de um papel com as mesmas características do material que está sendo reciclado".

A quarta e última sessão de trabalhos, presidida por Carlos Alberto Bifulco, da Klabin, teve início com a palestra sobre "O Mercado Financeiro Internacional e o Setor de Papel e Celulose", apresentada por Mauritz Folkerts, do Chase Manhattan. Ele destacou que há algumas oportunidades de financiamento a curto prazo, "operações de *Trade Finance*, tradicionais e estruturadas, que são indicadas, devido à exportabilidade e amplo mercado para os produtos derivados de papel e celulose"; mas enfatizou que "empresas brasileiras precisam aprimorar a relação com o mercado internacional, a fim de atrair capitais a médio prazo".

Antonio Carlos de Vasconcelos Valença, do BNDES, falou sobre "O Futuro do Setor de Celulose e Papel no Brasil", que precisará investir mais de US\$ 5 bilhões até 2005 para atender à demanda interna e manter a condição de exportador de celulose e papel.

A terceira palestra foi apresentada por Carlos Alberto Farinha e Silva, da Jaakko Pöyry, que falou sobre "Fusões e Aquisições na Indústria Papelreira Mundial" e



Coquetel de Confraternização, ambiente oportuno para a troca de idéias

posicionou-se favorável à consolidação desse processo também no Brasil, onde "alguns grupos importantes apresentam balanços fracos. Espera-se que o processo de consolidação venha a acontecer tanto em nível doméstico quanto com a participação de capital estrangeiro", disse ele.

A palestra de encerramento foi apresentada por Roberto Giannetti da Fonseca, da Silex Trading S/A, que falou sobre a participação da indústria brasileira de celulose e papel na Balança Comercial e destacou o poder de competitividade do setor. Ele considera boas as perspectivas para celulose e papel no período de 99 a 2005, por diversos fatores, tais como, recuperação da demanda na Ásia, Estados Unidos e América Latina, possível recuperação do crescimento econômico brasileiro e diminuição do ritmo de novos projetos no mundo.

Solenidade de abertura

O 24º Fórum de Análise foi realizado de 23 a 25 de agosto, no Auditório do Hotel Ca'd'Oro, em São Paulo. Cada uma das quatro sessões foi assistida, em média, por aproximadamente 200

profissionais de diferentes empresas e ramos de negócios: empresários, profissionais da indústria, distribuidores, analistas e consultores de mercado, técnicos, dentre outros.

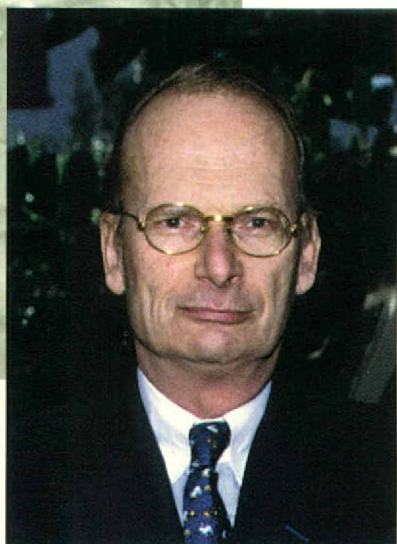
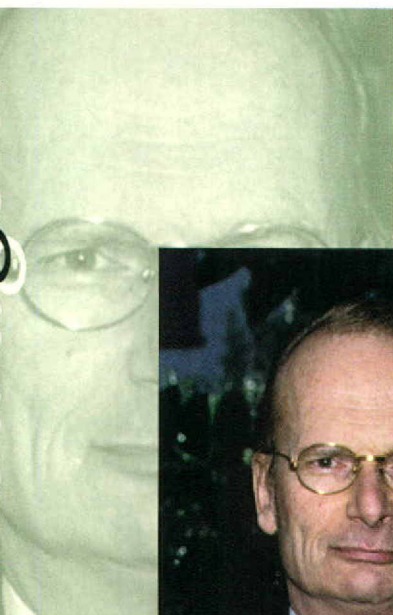
Na solenidade de abertura, realizada na noite de 23 de agosto, o presidente da Diretoria da ANAVE, Cláudio Henrique Pires, chamou atenção para três pontos importantes observados no decorrer dos últimos quatro anos: o consumo aparente de todos os tipos de papel está praticamente nos níveis de estudo projetado pelo BNDES sobre o futuro do setor; a participação das exportações na produção total vem caindo, ano a ano, declinando de um patamar de 21,2% em 1995 para 18,5% em 1998 e crescem as importações; a parcela do consumo aparente abastecida por produtos importados elevou-se de 14,1% em 1995, para 14,6% em 1998. Em seguida convidou o público a acompanhar o Fórum para refletir sobre como se comportaria o setor nos próximos anos. Algumas respostas estão nos artigos publicados nesta edição especial da Revista ANAVE, que sintetiza os trabalhos apresentados no Fórum de Análise. ■



Em algumas das obras acima, Starmax foi usado apenas para teste.

Novo couché Starmax. Aprovado pelas melhores gráficas do país.

Antes de lançar o Starmax, a VCP pegou seu novo papel couché e colocou nas mãos dos principais gráficos do país. O resultado dos testes não podia ser melhor. Eles aprovaram a printabilidade, o brilho de impressão e surpreenderam-se com a maquinabilidade do Starmax. Agora, se você pode ter toda essa performance com um papel couché nacional, para que usar um importado? Starmax, a nova estrela da VCP.



O futuro do Cartão

“Estudo da FGV sobre a regionalização do mercado de embalagens mostra que a região Nordeste apresenta enorme potencial de crescimento.”

Analizando o mercado americano de embalagens, o conferencista Sérgio Haberkfeld, presidente da ABRE – Associação Brasileira de Embalagem, anunciou perspectiva de crescimento de alguns setores que utilizam embalagens de cartão, tais como aqueles que produzem produtos médicos/cirúrgicos, medicamentos e alimentos frescos, observando que essa pode ser uma oportunidade de mercado para os fornecedores dessa matéria-prima. Entretanto, alertou para a possibilidade de substituição do uso de cartão nesse tipo de embalagem por outros materiais como o plástico, tendência identificada também no Brasil, principalmente na região nordeste, onde detergentes em pó antes embalados em cartão agora são apresentados em embalagens de plástico.

Sérgio Haberkfeld falou sobre “O Novo Cenário da Indústria de Embalagem no Brasil”.

Após discorrer sobre o mercado mundial, o conferencista estimou que o setor de embalagens

em qualquer país oscila entre 1 e 2,5% do PIB, sendo maior nos países mais ricos e menor nos países mais pobres, ou seja, está correlacionado à qualidade de vida do povo. Considerando-se a população mundial de 5,9 bilhões de habitantes, dimensiona-se para a embalagem valor de US\$ 85 *per capita*; as vendas totalizam US\$ 500 bilhões.



Mercado de embalagens na América do Sul

A tabela 1 mostra o mercado por tipo de embalagens. Nota-se que se consome o que está mais disponível, ou seja, não é clara uma correlação entre a matéria-prima mais utilizada na embalagem e o tipo de produto embalado.

Mercado de embalagens no Brasil

Contratada pela ABRE, a FGV realizou um estudo sobre o mercado brasileiro de embalagens. Esse trabalho mostra que

Tabela 1 – Mercado de embalagens por tipo de embalagem

				
	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia
Papel e cartão	23,4%	27,5%	36,8%	38,2%
Metal	11,3%	33,7%	11,2%	5,5%
Vidro	5,6%	3,9%	18,5%	34,8%
Plásticos	58,4%	32,8%	20,8%	21,5%
Madeira	1,3%	1,1%	12,7%	n.a

Fonte: Associações Regionais (IAE, ABRE, CENEM, Centro Colombiano)

o valor bruto da produção industrial de embalagens, em 1998, somou R\$ 11,1 bilhões, sendo que os papéis de embalagem representaram 39%, ou seja, R\$ 4,5 bilhões.

O conferencista apresentou um quadro comparando produção e preços. (Vide gráfico 1)

Nota-se que o setor de embalagens oscila de acordo com o desempenho da economia. Picos e descidas coincidem com os planos econômicos. Por exemplo, o crescimento violento das vendas registrado em

1994 é reflexo da implantação do Plano Real; a partir de 1997, a queda é evidente.

Defendendo a livre concorrência, o conferencista assinala que até 1993 existia apenas um produtor de latas de alumínio (Latasa) e o preço mantinha-se em alta; com a entrada de outras indústrias nesse segmento o preço do alumínio caiu.

A queda dos preços é dimensionada em 30%, conclui Haberfeld. "A globalização é um fato que se traduz na palavra pressão", afirma.

Regionalização do mercado

A FGV realizou também um estudo sobre a regionalização do mercado de embalagens no Brasil. Esse trabalho, que teve como objetivo procurar refletir a realidade de todo o país, mostrou que a região nordeste apresenta enorme potencial de crescimento.

Sérgio Haberfeld considera de fundamental importância as empresas atentarem para as boas perspectivas mercadológicas do nordeste. Aquela região está passando por um processo de reestruturação que impõe novas estratégias, inclusive contemplando a possibilidade de instalações de novas empresas. (Vide gráfico 2 e tabela 2)

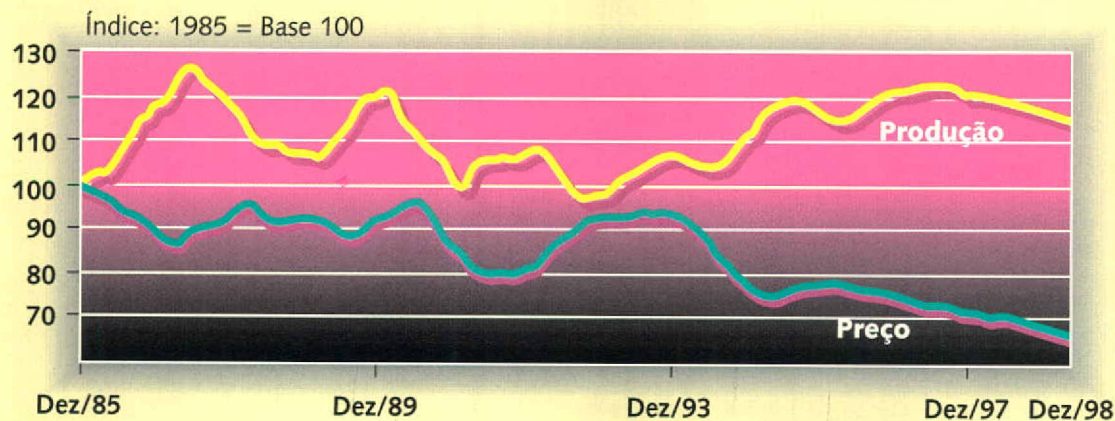
Globalização e consolidação

Na visão de Sérgio Haberfeld, o setor está passando por um processo de consolidação, que compreende fusões e incorporações.

Analisando fusões e incorporações relativamente recentes, o conferencista observou que algumas novas empresas foram

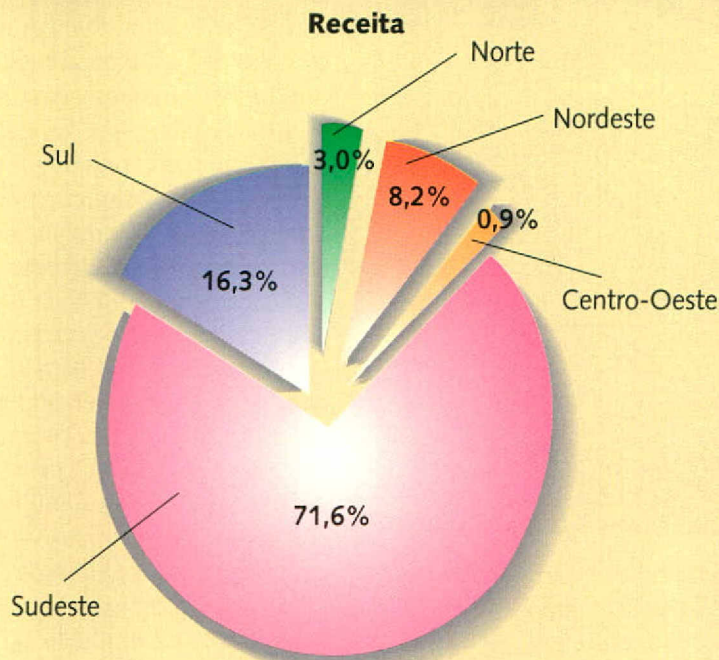
Gráfico 1 – Mercado de embalagens no Brasil

**Produção X preços
1985 – 1998**



Fonte: FGV/RJ

Gráfico 2 – Regionalização da indústria de embalagem – 1996



Fonte: IBCE – Pesquisa Industrial Anual – 1996.
 Nota: empresas com mais de 30 pessoas ocupadas. Dados preliminares.

muito bem sucedidas (*Hall of fame*) e outras (*Hall of shame*) estão com problemas graves. (Vide tabela 3 e 4)

Tendências e perspectivas

Dentre as tendências e perspectivas apresentadas pelo conferencista para o setor de embalagens, destaca-se o desenvolvimento de produtos regionais.

Algumas embalagens estão sendo concebidas levando em consideração peculiaridades regionais. Na região nordeste do Brasil, por exemplo, onde é comum lavar roupa em riachos, o detergente em pó "ALA" já é apresentado em embalagem de plástico (saquinho que, após aberto, é fechado com um pregador de roupa); para embalar



Como foi preciso o esforço de muita gente para conquistar este prêmio, vai ser fácil levantar o troféu.

Uma empresa conquista resultados através do esforço e da união dos seus acionistas, funcionários, clientes, fornecedores e prestadores de serviço.

Esta dedicação garantiu o ingresso da Riocell no PGQP - Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade, com a obtenção do Troféu de Bronze. Para nós, da Riocell, mais do que uma alegria, este Prêmio é um estímulo para reforçar os nossos valores, aprimorar os nossos serviços, melhorar a nossa qualidade e continuar oferecendo os nossos melhores produtos.



RIOCELL

A consciência de quem sabe o que faz.

PRÊMIO QUALIDADE RS 1999

DESENVOLVIMENTO, TECNOLOGIA E QUALIDADE

Venha conhecer a ABTCP

Eventos Técnicos

Normas Técnicas

Vídeo-Treinamentos

Congresso Anual de Celulose e Papel

Exposição Industrial de Celulose e Papel

Curso de Especialização em Celulose e Papel

Núcleo de Informações Técnicas

Comissões Técnicas

Revista O PAPEL

Guia de Compras



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA TÉCNICA DE CELULOSE E PAPEL
 Rua Ximbó, 165 - Aclimação - CEP 04108-040 - São Paulo/SP
 Telefone: (011) 574-0166 - Fax: (011) 571-6485 / 54
<http://www.abtcp.com.br> - e-mail: abtcp@abtcp.com.br

detergente em pó predominava o uso de embalagem de cartão.

Também foi observado por Sérgio Haberfeld que nos Estados Unidos há estudos demonstrando que alguns segmentos apresentam boas perspectivas de crescimento nos próximos cinco anos; é o caso dos mercados de produtos médicos/cirúrgicos, medicamentos, alimentos frescos, entre outros. Mas é recomendável ficar atento para a possibilidade de substituição da embalagem de cartão. No mercado americano, segundo o conferencista, tem crescido o uso de embalagens do tipo *dolly packing*, que ficam em pé e são feitas de plástico; esse tipo de cartucho é utilizado, por exemplo, para embalar flocos de cereais. Essa tendência poderá chegar ao Brasil, onde as emba-

lagens de cartão predominam para esse tipo de produto.

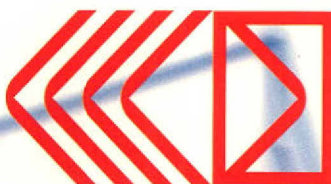
Ao final da apresentação, Sérgio Haberfeld citou a questão

ambiental e ressaltou a importância de legisladores brasileiros adotarem uma política de reciclagem racional e inteligente.

Tabela 2 – Produtos de embalagem selecionados

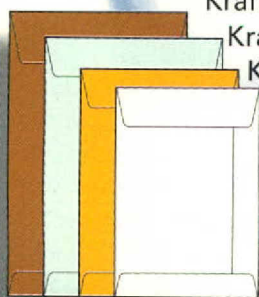
Produção física – 1º trimestre de 1999		
Variação com relação ao 1º trimestre de 1998		
Produto	Brasil	Nordeste
Frascos de vidro até 375 ml	-5,8	26,7
Latas para alimentos e bebidas	-1,2	33,0
Caixas de papelão	-1,0	11,2
Caixas de papelão liso	18,7	38,1
Sacos e sacolas de material plástico	2,8	5,2

envelopes celucat

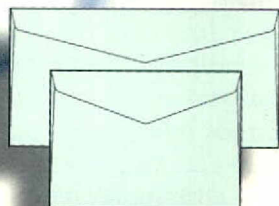


Envelopes saco produzidos em papel:

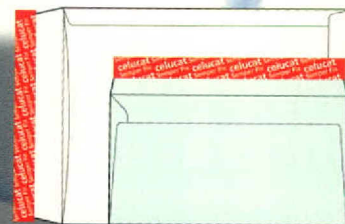
Kraft Natural
Kraft Branco
Kraft Amarelo
Papel Offset



Envelopes padronizados nos formatos: 114 x 162 e 114 x 229 agora também produzidos em papel Kraft Branco.



Envelopes com autocolante SemperFix na aba.



Revista anave

Agora
com
NOVA
embalagem

e
muito
mais
CONTEÚDO

Ligue hoje
mesmo e
reserve seu
espaço
publicitário.

Fone (0XX11) 3721-4944
Fax (0XX11) 3721-1440
e-mail rpaedit@mandic.com.br

Tabela 3 – Maiores players

1989	1999
4,0 bi – Toyo Seikan	8,3 bi – Crown Cork & Seal
3,9 bi – TetraPak	7,3 bi – TetraPak
3,7 bi – Boise Cascade	6,3 bi – Viag / Algroup
3,6 bi – Owens Illinois	6,2 bi – Owens Illinois
3,6 bi – Reynolds Metals	5,3 bi – Smurfit-Stone
3,2 bi – Continental Can	4,6 bi – Toyo Seikan
2,6 bi – Triangle Ind.	4,2 bi – Pechiney
2,0 bi – Stone Container	3,2 bi – Ball Corp.
1,7 bi – Crown Cork & Seal	3,0 bi – Rexam / PLM
1,5 bi – Metal Box	3,0 bi – St. Gobain

Fonte: 99 Packaging Strategies Conference (Bill LeMaire)

Tabela 4 – Fusões e aquisições

Hall of fame

- Kiewit & Sons / Continental Group
- Crown Cork & Seal / Van Dorm / Continental Metal Food & Beverage
- Owens Illinois / Avir (Itália) / Anchor Glass (parcial)
- Sealed Air / Trigon Industries
- Tenneco / Amoco Foam

Hall of shame

- Algroup / Wheaton
- Ball Corp. / Heekin Can
- Sonoco Products / Engraph Inc.
- Viag / Continental Can Europe
- Vitro / Anchor Glass Container
- West Company / Paco Pharmaceutical

Fonte: 99 Packaging Strategies Conference (Tim Burns)

Sérgio Haberfeld é presidente do Conselho de Administração do grupo Dixie/Toga. É Presidente da ABRE – Associação Brasileira de Embalagem; Presidente da ULADE – União Latino-Americana de Embalagem; Presidente da World Packaging Association; Presidente do SIAPAPECO – Sindicato das Indústrias de Artefatos de Papel, Papelão e Cortiça no Estado de São Paulo; Presidente do SEPACO – Hospital do Setor Papeleiro e Vice-Presidente da ABIEF – Associação Brasileira das Indústrias de Embalagens Flexíveis de São Paulo.



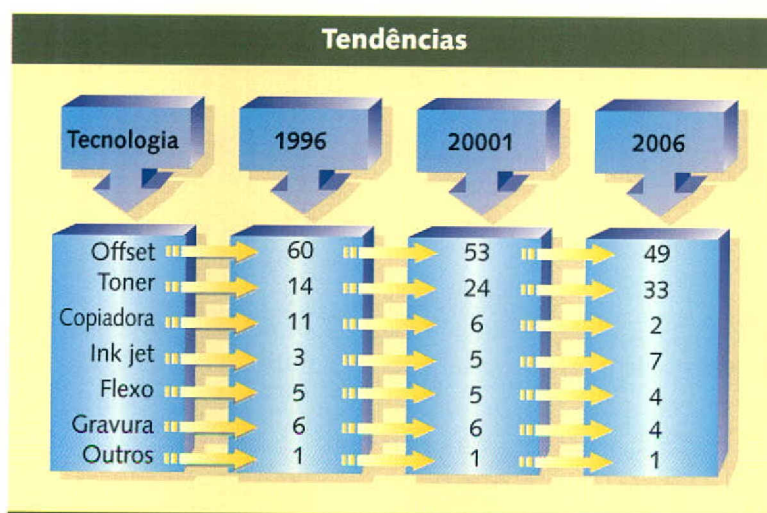
o Papel e a Evolução

Tecnológica da Indústria Gráfica

O conferencista Gerson Pacheco, ao falar sobre o tema "A Nova Dinâmica em Papéis Cortados", destacou, dentre outros aspectos, que o segmento de papéis cortados revestidos pode representar uma excelente oportunidade de negócio para a indústria papelreira. "A Xerox, hoje, perde por não ter disponibilidade de papel cortado de alta qualidade para atender às necessidades do mercado, que necessita impressos cada vez mais coloridos e sofisticados", disse ele.

Na visão de Gerson Pacheco, cada vez mais o distribuidor de papel terá que comprar e vender barato, gastando o mínimo possível. "É preciso criar um ciclo em que se possa ganhar em todas as etapas", disse ele referindo-se à necessidade de rever a atual dinâmica de comercialização.

Analisando as tendências brasileiras de consumo dos papéis nos anos de 1996, 2001 e 2006,

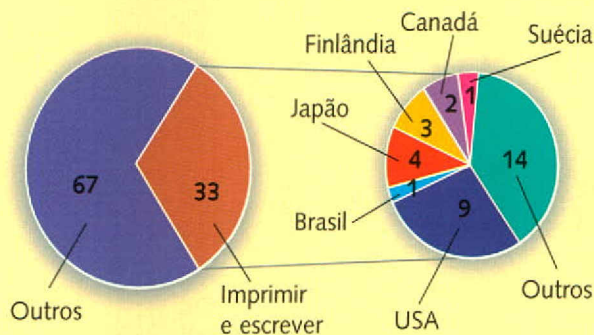


ele observa que, gradualmente, o processo *offset* será substituído pelas modernas tecnologias de impressão.

E, diante da perspectiva de modernização das tecnologias de impressão, o conferencista analisa o cenário mercadológico, apresentando in-

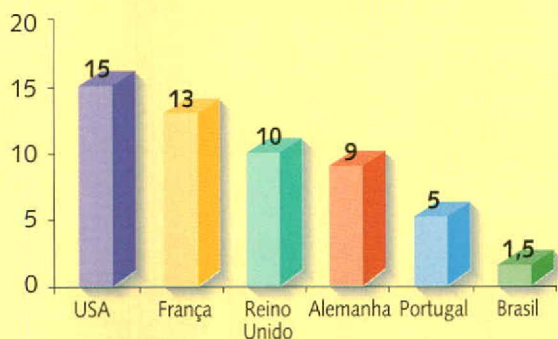
Cenário Mercadológico

Produção de papel e celulose (%)

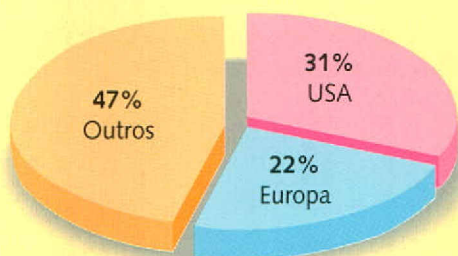


Total: 340.000.000 tons.

Consumo papel cortado – per capita (kg)

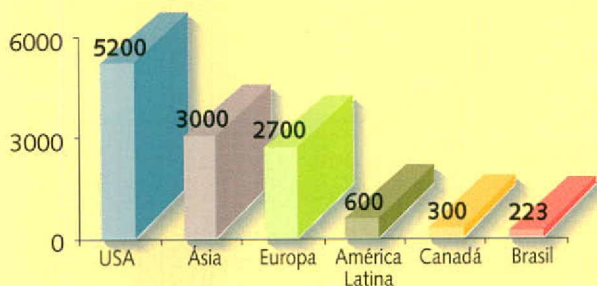


Produção imprimir e escrever



Total: 104.280.000 tons.

Consumo de papel cortado (tons. X 1.000)



“Encomendas de impressos mais sofisticados, com predominância do uso de cores diversas, abrirão espaço para papéis cortados de melhor qualidade.”

teressantes observações:

- o uso doméstico de computadores contribuirá para o aumento da demanda por papéis cortados;
- encomendas de impressos mais sofisticados, com predominância do uso de cores diversas, abrirão espaço para papéis cortados de melhor qualidade;

- equipamentos de alta velocidade (mais de 1700 páginas/minuto) sinalizam para o aumento da demanda de papéis para impressão em bobinas;

Para adequar-se à modernização, o setor de papel terá que rever alguns critérios de comercialização, concentrando mais atenção, por exemplo, nas embalagens de seus produtos, que são, na concepção do conferencista, “instrumentos de comunicação da empresa com o consumidor”, devendo ser essencialmente dinâmicas, sofisticadas e apresentar mais informações ao consumidor. É inadmissível, hoje, a expressão “papel para uso múltiplo”.

Ele referiu-se também à fragilidade da cadeia de distribuição, registrando a necessidade de se promover mudanças fundamentais na estrutura da distribuição, inclusive com “guerra ao mercado marginal”, e diversificação da linha de produtos.

Ao final da palestra, o conferencista analisou o impacto do comércio eletrônico, que representa um novo modelo de negócio, no mercado de papel e ressaltou alguns pontos importantes, tais como: a tecnologia não acaba com o papel; haverá maior diversidade de produtos, com maior valor agregado.

Gerson Pacheco finalizou afirmando: “O papel registrou, registra e registrará nossa história, sempre sendo suportado pela tecnologia.” ■

Gerson Pacheco

é formado em Administração de Empresas, Finanças e Marketing. Está há 27 anos na Xerox do Brasil, exercendo atualmente o cargo de Diretor de Marketing; atua na área comercial, área financeira e área de marketing, com trabalhos na América Latina, Europa e Estados Unidos. Vem desenvolvendo a estratégia de comércio eletrônico e implantando um novo modelo de negócio para papel cortado.



nosso papel

tem tudo a ver com

qualidade de vida

A embalagem do sanduíche, o cafezinho gostoso, os desenhos do seu filho, o toque especial da decoração de sua casa, têm um pouco do nosso trabalho.

Tecnologia, especialização, respeito à vida e visão de futuro fazem parte do nosso dia a dia, procurando trazer não apenas produtos, mas soluções.

MD
MD PAPÉIS

MAIS QUE PAPÉIS, SOLUÇÕES

Rodovia Presidente Tancredo de Almeida Neves, km 34
Telefone: +55 11 431-2800 - Fax: +55 11 431-2195
CEP: 07700-000 - Caieiras - SP
<http://www.mdpapeis.com.br>

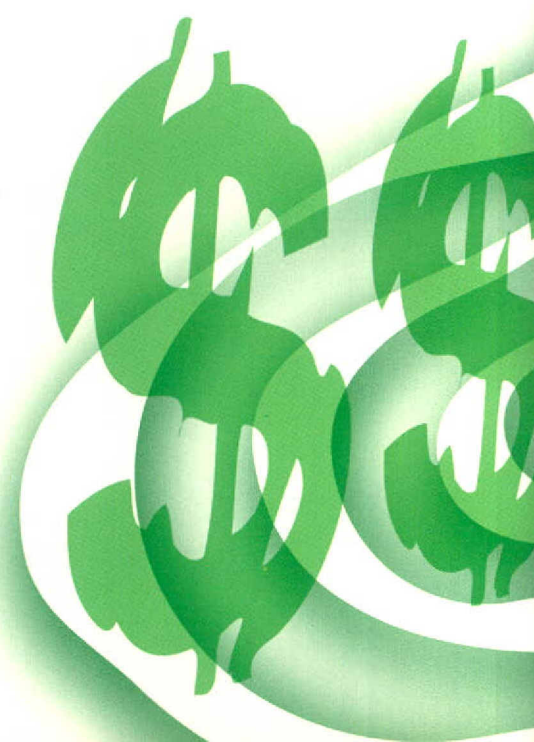
Vem aí um novo Ciclo de Investimentos

“ O setor brasileiro de celulose e papel tem condições de ser um *player* mundial, falta apenas disponibilidade de capital para investir. ”



A forte queda dos preços da celulose e do papel no mercado internacional, iniciada no final de 1995, decorrente do excesso de oferta pela entrada em operação das novas capacidades produtivas associada à redução do crescimento da demanda mundial, reflexo das crises financeiras de 1997 e 1998, ocorrida nos países asiáticos, bem como da moratória da Rússia, comprometeram os resultados das empresas brasileiras de celulose e papel.

"Mas, neste ano, a situação está tomando um novo rumo: observa-



se recuperação dos preços dos produtos do setor no mercado internacional", informou o conferencista Boris Tabacof, presidente da BRACELPA – Associação Brasileira de Celulose e Papel, que falou sobre o tema "A Visão Geral do Setor Brasileiro de Celulose e Papel".

Ele observou que historicamente existe uma defasagem entre o preço da celulose e do papel, sendo que esse segundo produto ainda não apresenta "sinais alentadores" de recuperação. Mas pareceu otimista em relação à retomada dos níveis de consumo e dos preços.

Boris Tabacof mostrou-se cauteloso, afirmando: "Os projetos de implantação de grandes unidades produtoras, partindo do 'zero', demandam investimentos altíssimos e longo prazo de maturação." Contudo, considerou viável a perspectiva de retomada dos investimentos, agora condicionada somente à disponibilidade de capital.

As indústrias brasileiras apresentam condições de competitividade; "apesar do longo período

Estudo do BNDES prevê necessidade de investimentos adicionais da ordem de US\$ 5,5 bilhões, no período de 1998 a 2005, para assegurar a posição do setor brasileiro de celulose e papel no mercado mundial. Segundo a BRACELPA, as várias empresas do setor possuem projetos que, somados, ultrapassam US\$ 10 bilhões em intenções de investimentos.

de defasagem de preços, demonstraram capacidade e resistência para ultrapassar os obstáculos", disse ele; entretanto, nesse momento, o "grande gargalo é o custo de capital de giro e a falta de disponibilidade de capital para os investimentos".

Essa questão do acesso ao mercado de capitais tem sido abertamente colocada pela BRACELPA que, da mesma forma, pleiteia isonomia competitiva em relação aos concorrentes internacionais.

No ano passado, o Governo Federal lançou o Programa Especial de Exportações (PEE), coordenado pela

Câmara de Comércio Exterior - CAMEX, cujo objetivo é atingir, no ano 2002, o valor de US\$ 100 bilhões em exportações. O setor de celulose e papel, pela importância que representa na economia nacional, como gerador de divisas para o país, está inserido nessa meta de exportações. Para que esse esforço seja alcançado, "é necessário que a indústria nacional tenha isonomia competitiva com seus concorrentes internacionais. Essa isonomia requer a adoção de medidas mais eficazes no apoio às exportações, implementação de medidas de defesa comercial dos produtos, redução da carga tributária sobre produção e investimento e, ainda, melhoria da infra-estrutura do país".

Perfil do setor

O setor brasileiro de celulose e papel é composto por 220 empresas, que operam 255 unidades industriais, localizadas em 16 Estados. Posiciona-se em sétimo lugar no ranking mundial de produtores de celulose e em 11º lugar como produtor de papel. Com participação de 0,9% do PIB, registrou no ano de 1998 faturamento de US\$ 6,8 bilhões. Foram produzidas 6,6 milhões de toneladas de papel e 6,7 milhões de toneladas de celulose e pastas. As exportações atingiram a cifra de US\$ 2 bilhões, sendo 1,2 milhões de toneladas de papel e 2,7 milhões de toneladas de celulose. ■

Boris Tabacof é presidente da Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel. Ele é engenheiro civil, formado pela Escola Politécnica da Universidade da Bahia. Na área pública foi secretário da Fazenda do Estado da Bahia e presidente do Banco do Estado de São Paulo (Banespa); desde 1977, é membro do Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico e Social do Governo de São Paulo. Exerce a função de gerente setorial de celulose e papel da Câmara de Comércio Exterior - Camex. É também membro dos Conselhos de Administração da Cia. Suzano de Papel e Celulose, da Bahia Sul e da Bacraft. Participa de diversas entidades empresariais e filantrópicas.

A Importância do *Kraftliner* na Produção de papelão ondulado



Convidado a falar sobre o tema "Tendências do Papel Kraft", o conferencista Theo Borges, gerente de *marketing* da Klabin Fabricadora de Papel e Celulose, optou por concentrar sua apresentação na análise do kraftliner, produto 100% fibras virgens, cuja produção e consumo estão correlacionados com a produção de papelão ondulado.

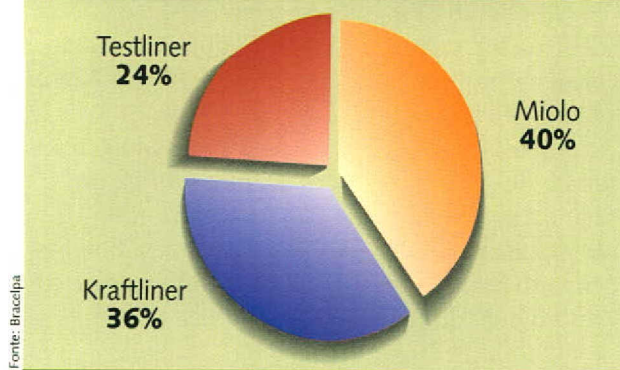
Ele apresentou uma análise do setor de papéis para embalagens, observando que a produção nacional de papéis em geral alcançou, em 1998, 6,6 milhões de toneladas, tendo evoluído 40% no período de 90 a 98, o que corresponde a um crescimento anual de 3,8%. Enquanto isso, a produção de papéis de embalagem, 2,9 milhões de toneladas,

“A análise da produção de papéis para embalagens mostra que o kraftliner tem registrado crescimento superior ao kraftliner, fato que evidencia a tendência de uso cada vez maior de papéis reciclados de boa qualidade.”

registrou crescimento de 35% no mesmo período, o que corresponde a 3,4% ao ano.

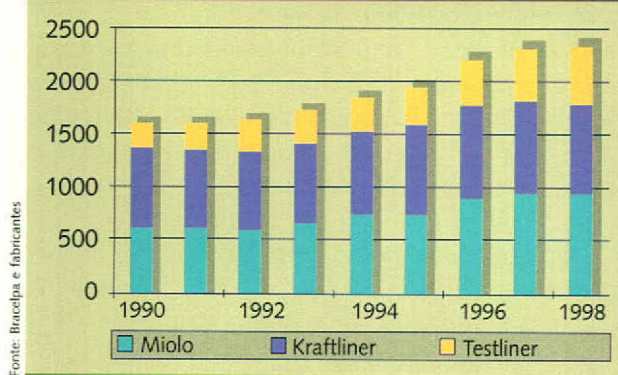
Analisando mais detalhadamente o segmento de papéis de embalagem, Theo Borges assinala que os tipos mais produzidos são os papéis para papelão ondulado, com 79% do total. Nota-se que essa proporção tem aumentado ano a ano; assim, em 1990 o segmento representava 73% do total de papéis para embalagem. Essa evolução se deve ao crescimento do setor de papelão ondulado, que foi de 82%, e também teve influência de uma certa

Gráfico 1 – Produção brasileira de papéis de embalagem para papelão ondulado 1998



Fonte: Bracelpa

Gráfico 2 – Produção brasileira de papéis de embalagem para papelão ondulado em 1000 t



Fonte: Bracelpa e fabricantes

estagnação do setor de sacos de papel, pois a produção de kraft para sacos multifolhados, que é o tipo mais produzido nesta categoria, cresceu tão somente 8,5% no mesmo período.

Em 1990, os papéis agrupados nessa categoria representavam 20% do total de papéis para embalagem. Já o kraftliner, em 1998, representou 36% da produção de papéis de embalagem e em 1990 representava 46% do total.

O crescimento tem sido em papéis reciclados de boa qualidade, ou seja, o papel testliner, com características físicas quase iguais às dos papéis de fibra virgem. Esta é uma forte tendência nesse setor. (vide gráficos 1, 2 e 3)

O lado da demanda

O conferencista observou que o consumo interno, ou consumo aparente de papéis para embalagens tem evoluído mais do que a produção, especialmente após o Plano Real, com incremento acentuado do setor de papelão ondulado.

Em 1998, foram consumidas 630 mil toneladas de kraftliner e exportadas 205 mil toneladas, ou seja, a produção total foi de 835 mil toneladas. (vide gráfico 4)

Nota-se que as exportações vêm decrescendo desde 1992, sendo a queda mais acentuada após 1994, devido ao grande crescimento do mercado interno. De 1990 a 1998, o consumo aparente de papéis para embalagens cresceu 48%, enquanto a produção nesse mesmo período cresceu 40%.

Como a produção de kraftliner cresceu somente 12% nesse período, explicou o conferencista, para atender ao mercado interno, diminuiu-se o volume exportado. Preços internacionais baixos, acompanhando a tendência de baixa de preços de commodities no período (kraftliner é considerado quase como uma commodity internacional) colaboraram para essa mudança do perfil do segmento de kraftliner no

Fonte: Bracelpa

Gráfico 3 – Produção brasileira de papéis Para papelão ondulado

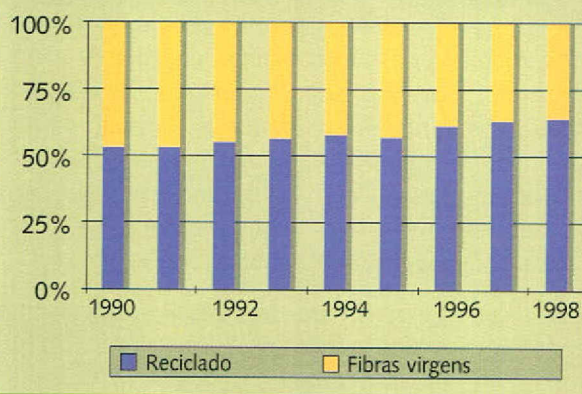
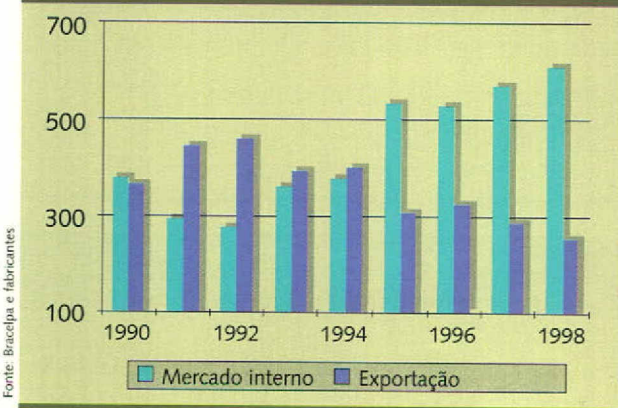


Gráfico 4 – Destino da produção brasileira de kraftliner em 1000 t



Fonte: Bracelpa e fabricantes

Tabela 1 – Exportações brasileiras de kraftliner por região

Região	1998	1991
Europa	50	230
América Latina	180	37
Outros	25	149
Total	255	416

Fonte: Bracelpa

Brasil. Theo Borges ressaltou que os Estados Unidos, além de maior produtor e consumidor desse produto (em 1998 a produção foi de 22 milhões de toneladas e o consumo alcançou 19 milhões), destaca-se, também, como maior exportador, registrando volumes anuais da ordem de 3,5 milhões de toneladas. O Brasil, que era considerado exportador regular para a Europa, redirecionou suas exportações para o Mercosul. (vide tabela 1)

O setor de papelão ondulado

Após essa análise, Theo Borges apresentou um estudo do setor de papelão ondulado, principal consumidor do kraftliner. Para se ter uma idéia, esse setor consumiu 28% do total produzido, ou seja, 1,855 milhões de toneladas (63% do papel de embalagem fabricado).

Comparativamente a outros países, o Brasil, que ocupa a oitava posição no ranking mundial de consumo de caixas de papelão ondulado, coloca-se em posição bem inferior em termos de consumo *per capita*. Os números mais significativos são dos Estados Unidos (24 milhões de toneladas), que corresponde a um terço do consumo mundial. A América Latina responde somente por 5% do con-

sumo total, sendo que o Brasil representa cerca de 70% desse total. (vide tabela 2 e gráfico 5)

O consumo per capita de papelão ondulado tem correlação bastante forte com o PIB *per capita*; sendo assim, verifica-se aumento do consumo de caixas na proporção em que cresce o PIB *per capita*. (vide gráfico 6)

O setor de papelão ondulado apresentou crescimento de 77% no período de 1990 a 1998, ou seja, 7,4% ao ano. Neste ano, apesar da crise enfrentada pelo país, teve desempenho positivo no primeiro semestre, de 3,4%, comparativamente ao mesmo período do ano anterior. (vide tabela 3)

Conclusões e tendências

O conferencista, ao final da apresentação, disse acreditar na tendência de fusões e incorporações no setor e declarou-se também confiante em boas perspectivas para o kraftliner, mas admitiu que a evolução da reciclagem é inexorável. Contudo, explicou, sempre haverá uma preocupação em se dimensionar o nível adequado de participação do kraftliner e de reciclados na composição final do produto de boa qualidade.

Tendo utilizado modernos recursos tecnológicos informatizados para a apresentação de seu trabalho, Theo Borges concluiu a palestra entrevistando três personalidades do setor: Paulo Peres, presidente da ABPO (Associação Brasileira do Papelão Ondulado); José Mário Augusto, diretor da Rigesa e Paulo Petterle, superintendente da Unidade de Papelão Ondulado da Klabin.

Paulo Peres, questionado sobre o desempenho do setor de papelão ondulado, declarou: "O setor acumula até julho crescimento físico de expedição de 3%; as vendas do mês de agosto estão firmes e certamente superarão o registrado em julho deste ano, bem como em julho do ano passado. Com isso, é possível prever que o ano se encerrará com uma expedição física cerca de 3,5 a 4% superior ao volume registrado em 1998; bem melhor do que se esperava em janeiro quando da crise cambial." Em seguida falou sobre o futuro: "Normalmente as variações do papelão ondulado superam as do PIB. Prevê-se que o PIB será positivo no ano 2000; portanto, imagina-se que o desempenho do setor será melhor do que em 1999 e, se tudo correr bem, 2001 será um ano melhor do que 2000. Nós, brasileiros, merecemos isso."

José Mário Augusto lembrou que a Rigesa é o terceiro maior fabricante de papel kraftliner, também na terceira colocação no ranking de exportadores desse tipo de papel. "Nossa fábrica em Três Barras - SC está produzindo no limite de sua capacidade; em julho passado, demos o 'start-up' da terceira caldeira de recuperação, cujo investimento foi da ordem de US\$ 60 milhões,

Tabela 2 – Setor de papelão ondulado no Brasil – 1998

75 empresas – 87 unidades industriais
13.000 empregados diretos
Expedição: 1.6 milhões de toneladas e 3.0 milhões de m ²
8º país do mundo em expedição de caixas de PO em 97
Valor bruto da produção: R\$ 1.5 bilhões – 13,5% do valor da produção de embalagens no Brasil
Consumo per capita: 10kg por habitante

Gráfico 5 – Expedição de papelão ondulado no mundo – 1997

País	Mil t	% sobre total
USA	24412	34,2%
Japão	8788	12,3%
Alemanha	3585	5,0%
Itália	3045	4,3%
França	2800	3,9%
R. Unido	2153	3,0%
Espanha	1919	2,7%
Brasil	1615	2,3%
Argentina	460	0,6%
Mundo	71400	

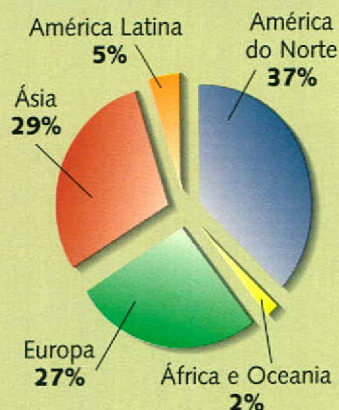
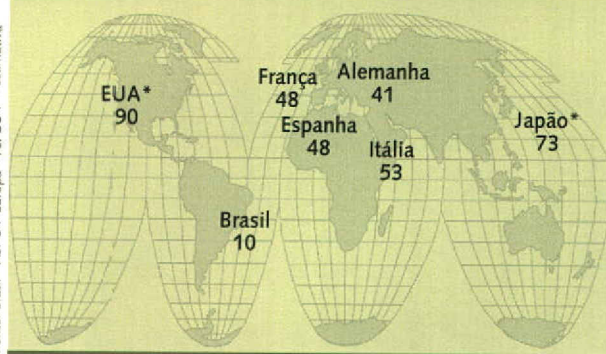


Gráfico 6 – Consumo per capita de papelão ondulado em kg – 1997



Fonte: Brasil - ABPO / Europa - FEFCO / * estimativa

Tabela 3 – Principais produtores de caixa de PO – em 1000 t

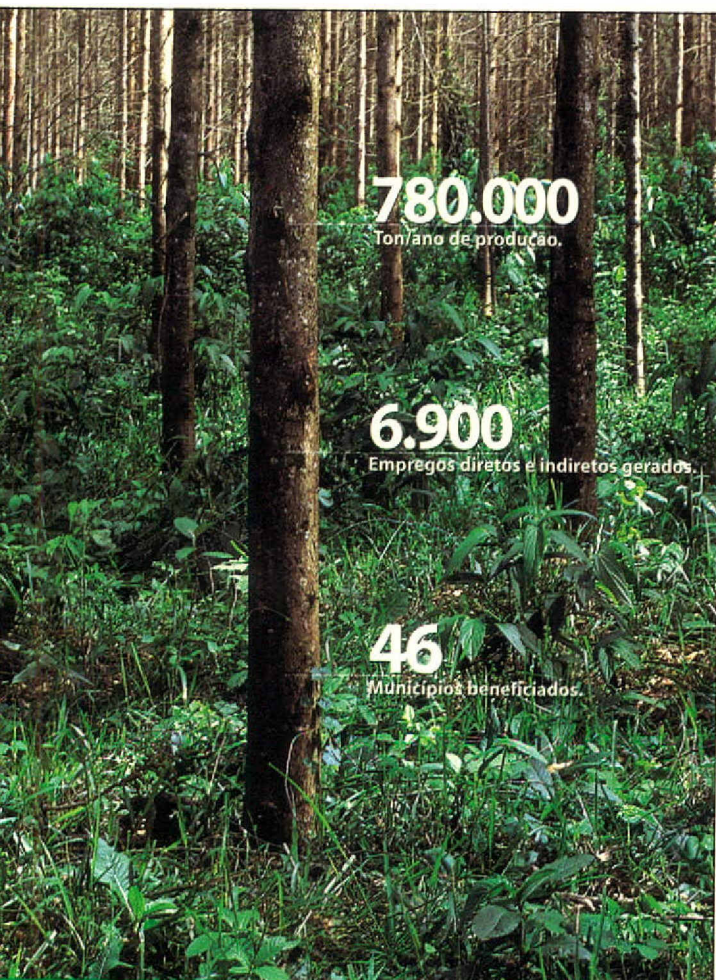
Empresa	1998	1997	Var. %	Part % 1998
Klabin	284	263	7,8	17,6
Igaras	206	156	32,1	12,8
Rigesa	199	212	-6,1	12,3
Trombini	129	184	-29,8	8,0
Orsa	109	103	6,1	6,8
Penha	93	88	4,6	5,8

Fonte: ABPO

aumentando a capacidade de recuperação de químicos. Somos auto-suficientes em madeira e agora, com disponibilidade extra de recuperação de químicos, vamos estudar ampliações nas áreas de celulose e papel."

Paulo Petterle foi convidado a comentar sobre a decisão da Klabin de concentrar a produção em reciclados, minimizando o uso de kraftliner. "Há um tempo atrás, identificamos a necessidade da Klabin se tornar um grande produtor de reciclados, seguindo uma tendência mundial. Além de atender ao anseio do mercado, conseguimos produzir com muito menos investimento tonelagem significativa de reciclados, ou seja, é muito mais barato investir em fibra reciclada do que em fibras virgens." ■

Theodolindo Borges é formado em Matemática e Administração de Empresas, pela PUC – SP e Marketing e Propaganda, pela ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing. Pós-graduado e mestre em Marketing, pela FGV e cursos de especialização no exterior. Atua há 25 anos em marketing, há 12 anos no setor de papel e celulose. Atualmente é Gerente de Marketing na Klabin Fabricadora de Papel e Celulose, nas Unidades "Papel e Cartão" e "Papelão Ondulado".

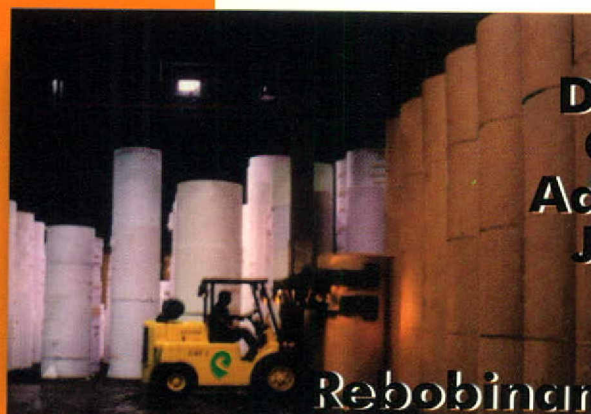


enibra não planta só eucalipto. Também planta desenvolvimento.



pinhopel papéis

10 anos fornecendo qualidade



**Kraft
Duplex
Offset
Adesivo
Jornal
Injet
Corte
Rebobinamento**

Rua Brasileira, 50/70 ☎ (0**11) 6421-6644
pinhopel@zaz.com.br

O consumo de *P*apéis *R*evestidos na América Latina



É clara a relação existente entre o consumo de papéis revestidos e desenvolvimento econômico-social. Basta notar a disparidade existente entre os países desenvolvidos e os que compõem a América Latina. Enquanto o consumo per capita do Brasil e do México, por exemplo, é de 2 kg/hab/ano, nos Estados Unidos alcança 35kg/hab/ano e no Japão 44kg/hab/ano. Esse dado, somado a outros fatores capazes de alavancar o consumo de papéis para impressão mais sofisticados, permite ao conferencista Mauro Antonio Cerchiari, vice-presidente de vendas da Champion Paper e Celulose

Ltda. e da Inpacel – Indústria de Papel Arapoti S/A, empresas do grupo Champion, concluir: “Existe um grande potencial de crescimento para esses papéis na América Latina.”

Compreendendo duas categorias principais: *Coated Freesheet* (Papel Couché) e *Coated Groundwood* (Papel LWC), os papéis revestidos são os mais utilizados para impressões comerciais, catálogos e revistas. Nos últimos cinco anos, cresceu significativamente a participação desses papéis no consumo total de papéis para imprimir no Brasil: de pouco mais de 12% em 1993 saltou para 30% em

1998. "Mantidas as proporções, o Brasil está muito próximo dos Estados Unidos, mas ainda distante de países como o Japão", observa Cerchiari.

Contudo, ele considera que a evolução da taxa de consumo de papéis revestidos na América Latina continuará superando o crescimento de outras regiões. "Aproximadamente 400 mil toneladas adicionais de papéis revestidos serão consumidas pelo mercado latino-americano em 2000", afirma.

Dentre os fatores favoráveis ao desempenho, ele cita:

- melhor nível de formação/educação levando ao maior consumo de revistas;
- crescimento do poder aquisitivo aumentando a demanda por sistemas mais sofisticados de impressão;
- evolução tecnológica do setor gráfico-industrial;
- instalação de mais empresas norte-americanas no Brasil (Wall Mart, Avon, Sears, J.C. Penny...)

• evolução do segmento de catálogos, ainda incipiente.

Papel Couché

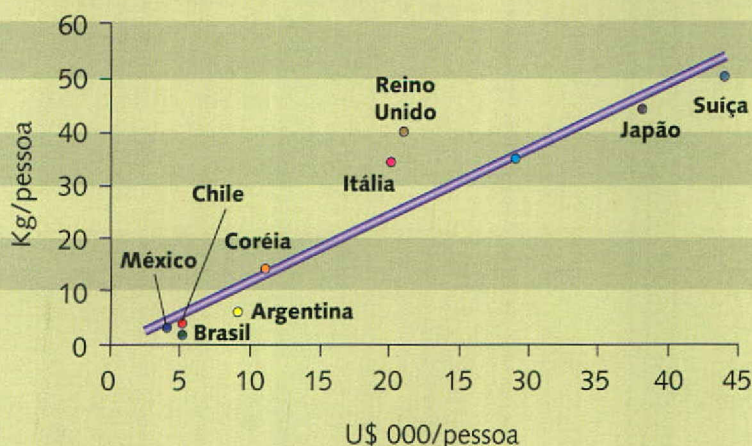
O consumo mundial de papel couché está em torno de 20 milhões de toneladas/ano. A Europa é o maior produtor mundial, seguida pela Ásia e América do Norte. É também na Europa que se concentra a maior demanda. Já a América Latina responde por apenas 1% da produção mundial e 3% do consumo aparente. Esse consumo é,

“ São boas as perspectivas para o segmento de Papéis Revestidos no continente latino-americano. ”

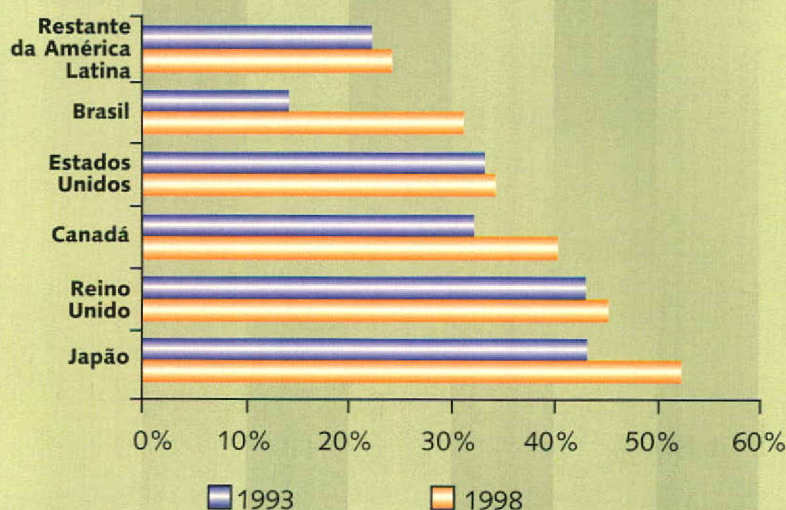
em boa parte, suprido por papéis importados (cerca de 400 mil t/ano).

No âmbito latino-americano, a participação do Brasil é relevante. O país destaca-se como o maior produtor do continente, respondendo por mais de 50% da capacidade instalada. México e Colômbia são os dois segundos maiores produtores, cabendo a cada um 14% da capacidade instalada na região. Convém registrar que em 1998 entraram em operação duas novas unidades brasileiras produtoras de couché - VCP e Ripasa, representando incremento de 150 mil t/ano. O Brasil também está na liderança do consumo, com participação de

Papéis revestidos de imprimir – Tendências e previsões
Consumo percapita X renda percapita

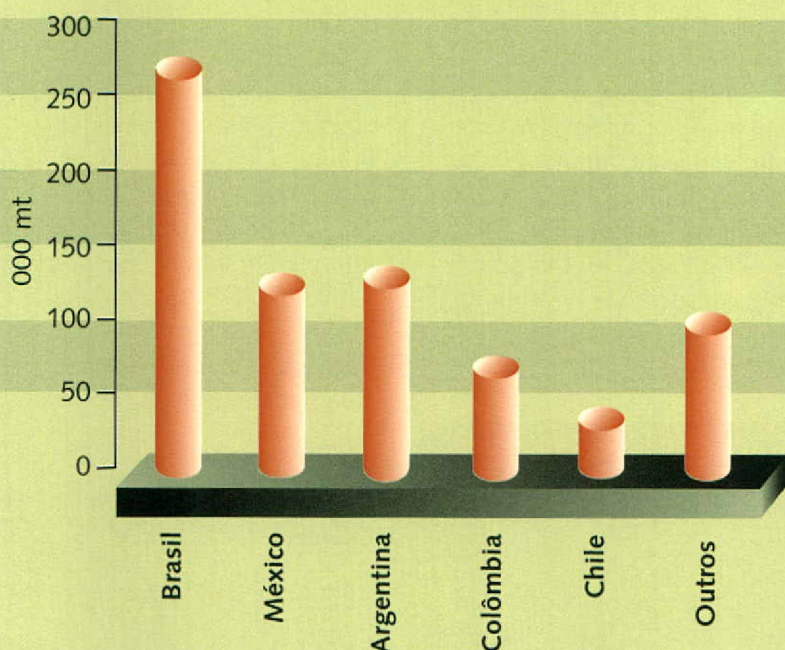


Participação dos papéis revestidos no consumo total de imprimir e escrever



Papel Couché – América Latina Consumo aparente por país

Total: 691.000 mt



40% (267 mil t/ano), o que representa o dobro do total consumido pelo México (122 mil t/ano), que é o segundo maior consumidor.

Como já mencionado no início, a produção regional de papel couché não é suficiente para atender à demanda. O Brasil é o maior importador da América Latina. Em 1998 o país importou 140 mil toneladas (35% do total); a Argentina 90 mil toneladas (23%) e o México 60 mil toneladas (15%). Os principais fornecedores são europeus (60%) e norte-americanos (10%).

Analisando a tendência média anual da evolução do consumo de papel couché, Mauro Cerchiarì prevê: "O consumo latino-americano continuará a crescer entre 6 e 8% ao ano."



P I S A
PAPEL DE IMPRENSA S.A.

**A parceria que não
fica só no papel**

Av. Brig. Faria Lima, 1744 – 1º andar
São Paulo – SP – CEP: 01451-001
Tel.: (0XX11) 816-4566
Fax: (0XX11) 816-4575
e-mail: pisa@pisa.com.br

4

**razões para
você anunciar
na Anave**

Agora, aos
25 anos, ela
está **MAIS**
AMPLA e MAIS
MODERNA.

Papel LWC

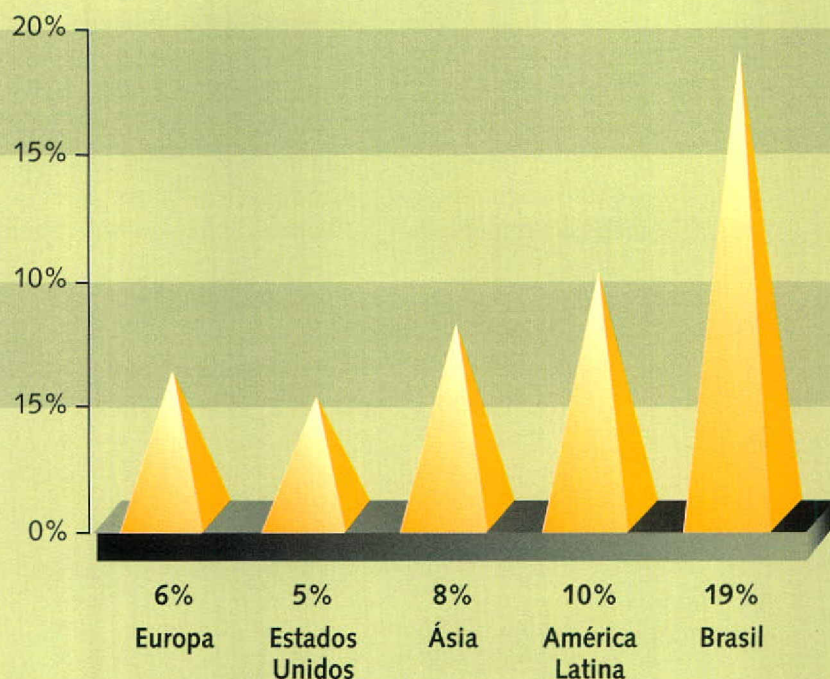
A produção/consumo aparente mundial de papel LWC é estimada em 14 milhões de toneladas. Na liderança da produção e do consumo está o continente europeu (50% da produção e 40% do consumo aparente). Entretanto, Estados Unidos é o país que mais consome e produz esse tipo de papel.

A produção latino-americana, bem como o consumo aparente, são ainda incipientes em comparação com o resto do mundo, sendo, portanto, "significativo o potencial de crescimento", na opinião do conferencista.

Registrando consumo aparente de 410 mil t, a América Latina é e, no ponto de vista de Mauro Cerchiarì, "continuará

Papel Couché – América Latina Taxa média anual de crescimento do consumo aparente

1990 / 1998



É fonte segura
de consulta para
o **PROFISSIONAL**
preocupado com
atualização
técnica.

Coloca sua
empresa
em contato com
quem **DECIDE.**

Vai
diretamente
para as **mãos** de
seu **cliente.**

**Reserve já seu
espaço publicitário**

Fone (0XX11) 3721-4944

Fax (0XX11) 3721-1440

e-mail rpaedit@mandic.com.br

sendo importadora de papel LWC". É interessante notar que o Brasil é fabricante exclusivo de Papel LWC na América Latina. A Inpacel (Grupo Champion) produz 160 mil t/ano; detém market share de 33% na América Latina e 55% no Brasil. Em 1998, as importações totalizaram 270 mil t (66% do consumo total). A Finlândia é responsável

importante observar que durante o período representado graficamente o Brasil passou pelo Plano Real, que causou um boom no consumo local; entretanto, se considerarmos que em 1998 o consumo brasileiro de LWC cresceu 22% comparado ao ano anterior, saltando de 150 mil para 180 mil toneladas, é previsível que o crescimento continuará, contudo,

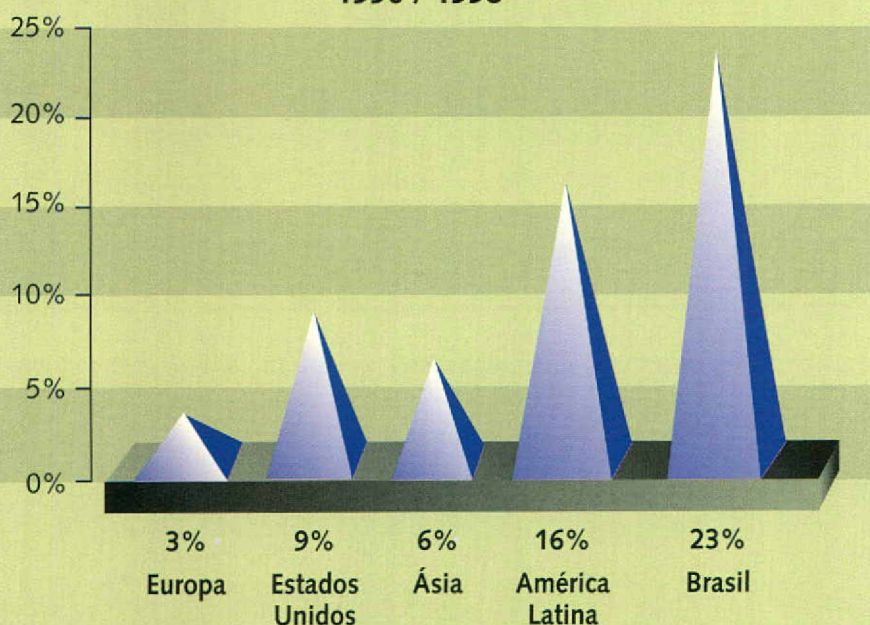
moverá uma migração para papéis de melhor qualidade e salientou que será substancial o uso para impressão de catálogos e mala direta. "Esse é um segmento ainda incipiente na América Latina, que deverá crescer consideravelmente com a vinda de empresas multinacionais para este continente e com a mudança de hábito dos consumidores", explicou.

O conferencista considera a Internet uma ameaça e ao mesmo tempo uma oportunidade: "É uma oportunidade a curto prazo, pois tem-se acesso aos sites de empresas que vendem por catálogos, os quais são solicitados pelo e-mail e enviados pelo correio. A longo prazo poderá ser uma ameaça, pois transações on-line se tornarão mais frequentes."

As incertezas na área econômica também poderão interferir no desempenho desse segmento. "No decorrer do tempo, o preço tem levado à substituição do uso de papéis revestidos por não-revestidos e vice-versa e isso continuará acontecendo. Há outro aspecto importante: a desvalorização cambial poderá inibir as importações, fator que, aliado à escassez da produção local, poderá desacelerar o crescimento do consumo", concluiu. ■

Papel LWC – América Latina Taxa média anual de crescimento do consumo aparente

1990 / 1998



Fontes: Risi, Bracelpa e Champion Data Box

por mais de 50% do suprimento, seguida por outros países europeus que, juntos, respondem por cerca de 25% do total importado.

Como no mercado de papel couché, o Brasil também lidera na América Latina o consumo de Papel LWC (45% do consumo total – 180 mil t/ano); em seguida vem a Argentina (20% do consumo total – 85 mil t/ano).

Mauro Cerchiari considera que assim como o consumo de papel couché também será potencial o crescimento de mercado do Papel LWC na América Latina. Ele demonstra essa perspectiva no gráfico abaixo e ressalta: "É

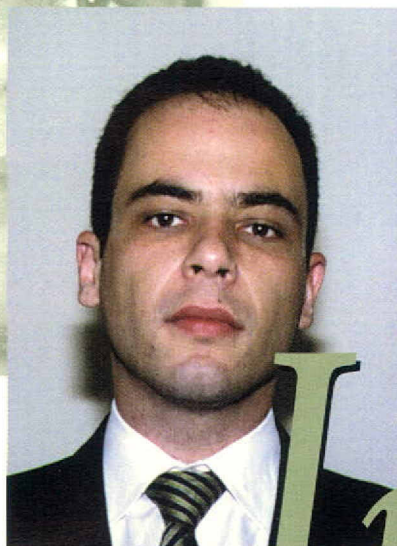
estimando-se menores taxas de evolução, entre 6 e 8%, para os próximos 5 anos."

Ameaças e oportunidades

Ao final da palestra, Mauro Cerchiari identificou potenciais oportunidades de crescimento para os papéis revestidos na América Latina. Ele citou, por exemplo, que acordos como Mercosul e Nafta deverão facilitar o fluxo comercial e contribuir para o crescimento do consumo desse tipo de papel; destacou que a evolução tecnológica dos sistemas de impressão pro-

Mauro Antonio Cerchiari

é economista, com MBA na Universidade de São Paulo; Vice-Presidente do Grupo Champion e responsável pela área de Vendas da Champion – Mogi Guaçu e da Inpacel. Atuou nas áreas de Materiais, Logística, Serviços ao Cliente, Recursos Humanos, Tesouraria e Planejamento Estratégico. É Vice-Presidente da BRACELPA, e da ABTCP e, também, membro para assuntos econômicos da Câmara Brasil – Canadá.



Clicou, Imprimiu

O comércio eletrônico é uma das grandes novidades deste final de século, mas não é a única a impor mudanças na dinâmica das transações comerciais. Na realidade contemporânea, o *marketing* de massa, que tanto sucesso fez nas últimas décadas, parece não atender mais a todas as necessidades das empresas modernas. Práticas mais sofisticadas de negócios vêm sendo adotadas, como o *marketing* um a um, que adota estratégia particular para cada consumidor. O que isso tem a ver com impressão?

Tudo. Afinal, definindo-se um estilo personalizado de comunicação com potenciais consumidores, espera-se que as gráficas sejam capazes de imprimir pequenas tiragens, com dados que variam de folha para folha; além de atender com rapidez e qualidade.

São evidências de que as gráficas estão iniciando um processo de remodelação estrutural. Esse foi um dos aspectos enfocados por Renato Freire, especialista de *marketing* em sistemas de impressão digital da AGFA do Brasil, durante a palestra sobre o tema "A Gráfica do Futuro", uma

“No futuro, o nível de utilização de sistemas digitais de produção será o diferencial competitivo de indústrias gráficas.”

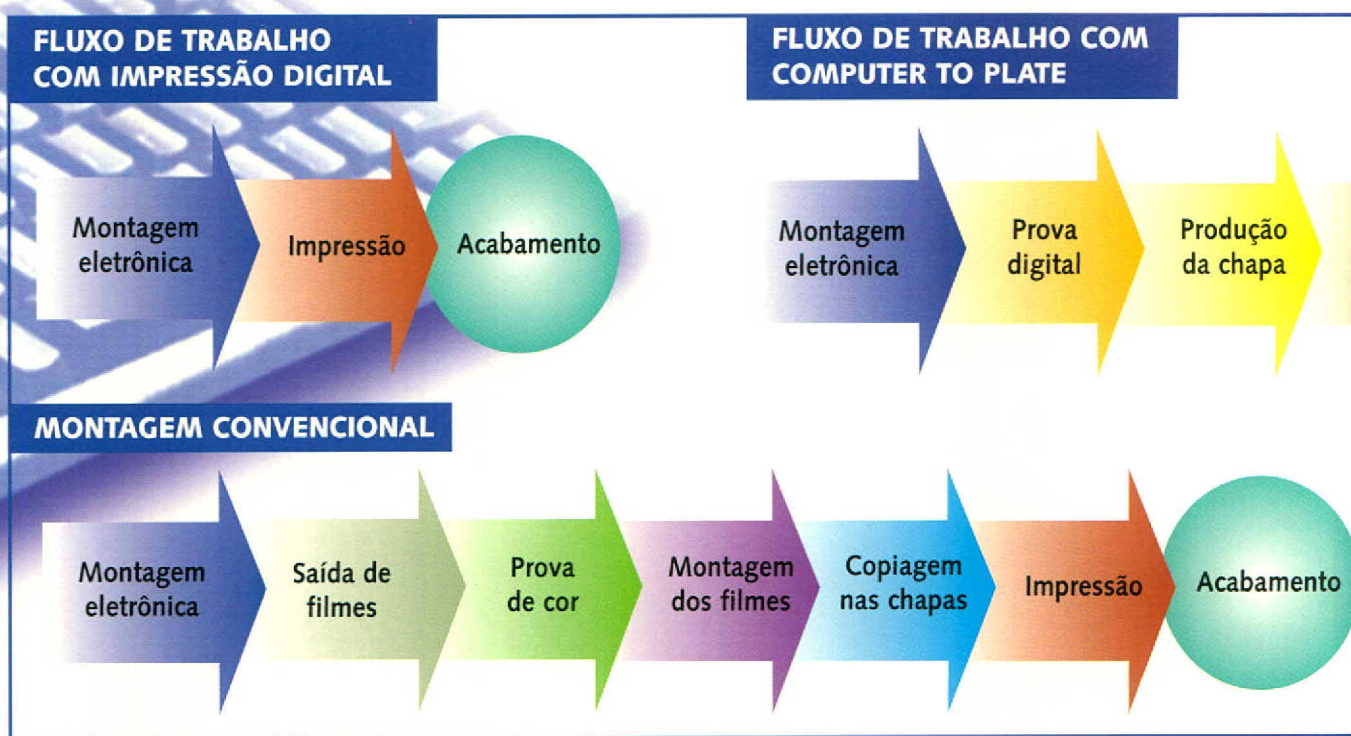
reflexão sobre como as mudanças nas diferentes áreas de negócios estão interferindo na indústria gráfica que, assim como o papel, está interrelacionada com todos os setores da economia.

Como será a gráfica do futuro? Para este que é o questionamento mais presente nas conversas entre profissionais de *marketing*, do setor gráfico e da indústria papelreira, a resposta de Freire é: "IGUAL EM CONTEÚDO, DIFERENTE NA FORMA."

Ele explica que, apesar do pleno amadurecimento da indústria gráfica, se nota forte tendência de achatamento dos preços dos serviços. O melhor caminho para "driblar" essa queda "irreversível" da remuneração "é buscar um diferencial em relação aos concorrentes".

Na opinião do conferencista, "as empresas que investirem em tecnologias digitais para produção gráfica terão grande probabilidade de êxito". Será cada vez maior a demanda por impressos personalizados de melhor qualidade, pequenas tiragens e entregas mais rápidas. A conclusão baseia-se em algumas tendências globais que, cada vez mais, terão impacto sobre a indústria gráfica, tais como a demanda por uma produção *just-in-time*, a estratégia do *marketing* um a um e o explosivo crescimento da Internet.

Just-in-time: desde o sucesso da Toyota, que levou este conceito quase à perfeição, mais e mais empresas têm encontrado nesta filosofia uma solução para agilizar e otimizar seus processos produtivos. Com isso, tais empresas



começarão a exigir práticas semelhantes de seus fornecedores de serviços gráficos. É aí que entra o conceito de impressão por demanda, prática possível somente com sistemas digitais de impressão. Esta tendência já alcança o segmento de impressos gráficos e, na opinião de Renato Freire, são boas as oportunidades de negócios para as empresas que se adequarem a essa modalidade de trabalho.

Internet: A tecnologia digital permite, por exemplo, que a matriz de uma multinacional desenvolva uma arte final e a transmita através da Internet para todas as filiais espalhadas pelo mundo, as quais podem enviar o arquivo diretamente para a impressão digital. É interessante registrar, também, o ritmo acelerado de evolução da capacidade de processamento da Internet, garantindo agilidade ainda muito maior em futuro próximo.

Marketing Personalizado: Ao se referir à impressão por demanda, Renato Freire destaca que os sistemas digitais competem em qualidade com os processos convencionais de impressão, mas permitem controlar a qualidade de impressos e ainda oferecem a possibilidade de personalizar tra-

balhos, ou seja, alterar o lay-out durante o processo de impressão. Essa reestruturação da mídia impressa é compatível com as exigências do marketing moderno que, mais e mais, vem-se adequando ao dinamismo imposto pela indústria eletrônica informatizada. "Atualmente, especialistas concentram esforços no marketing um a um, tanto que já é freqüente o uso de *data mining*, tecnologia que permite selecionar, dentre uma enorme quantidade de dados, qual o perfil exato do cliente com maior potencial de compra.

Conseqüentemente, serão comuns as malas diretas, revistas e outros impressos totalmente individualizados/personalizados, e somente os sistemas de impressão digital permitem imprimir esses trabalhos", esclarece o conferencista.

Sistemas digitais X impressão convencional

Duas são as tecnologias que permitirão a adequação das empresas gráficas às maiores tendências do mercado: *computer to plate* e impressão digital.

Na forma operacional, grande destaque se dá ao fato desses sis-

temas eliminarem etapas no processo produtivo, além de melhorar a qualidade do resultado final. (Veja esquema acima)

Custos

Um dos fatores que merece atenção dos usuários é custo. Embora admita que ainda não é possível estabelecer um ponto de equilíbrio entre o custo de impressão convencional e o de um sistema de impressão digital, por exemplo, Renato Freire explica que há aspectos importantes a considerar. Ele cita como exemplo a diminuição da taxa de desperdício e comenta estudo da CAP Ventures (USA) de 1998, indicando que cerca de um terço de todo o material impresso não chega ao seu destinatário, por desatualização ou perda física, "30% vai para o lixo. Então, o custo global é compensador. No entanto, um fluxo de trabalho que se utilize de um sistema *computer to plate*, por exemplo, já é economicamente viável, sendo uma alternativa imediata às empresas gráficas", explica ele.

É tudo questão de tempo. Em futuro próximo, os sistemas digitais de impressão apresentarão custos perfeitamente adequados

Impressão

Acabamento

Atualmente, existem cerca de 40 sistemas de impressão digital no Brasil. Apenas um único fabricante nacional desenvolveu papel para esse tipo de impressora, sendo que grande parte da demanda é suprida por papéis importados.

às necessidades do mercado, até mesmo porque deverá ocorrer uma reorganização mercadológica, com a implementação de estratégias contemplando as vantagens oferecidas por essas novas tecnologias.

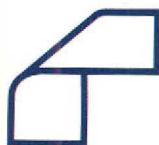
Conclusão

Grandes mudanças são previsíveis no segmento gráfico industrial, mas nada acontecerá de hoje para amanhã. Ainda há tempo para que empresas se preparem para os novos tempos. Sistemas convencionais de impressão apresentam expressivo potencial de crescimento. Estima-se que a indústria gráfica mundial, que movimentava anualmente US\$ 800 bi-

lhões, continuará registrando taxas consideráveis de crescimento. Sistemas de impressão *offset* e flexográfico deverão manter taxas positivas da ordem de 3 e 10% ao ano, respectivamente. ■

Renato Freire de Oliveira

é formado em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing; pós-graduado em Administração de Empresas pelo CEAG - Fundação Getúlio Vargas. Atua há cinco anos em marketing de produtos gráficos, tendo permanecido por quatro anos na 3M do Brasil e há um ano está na AGFA-Gevaert do Brasil. Cursos de artes gráficas (papéis, sistemas de provas, softwares e fluxo digital de impressão) na 3M - Estados Unidos. Curso de consultoria em sistemas de impressão digital na AGFA - Bélgica.



RIOBRANCO
Com.e Ind. de Papéis Ltda

Atuante no mercado desde 1978, a RIOBRANCO orgulha-se em ocupar lugar de destaque entre os maiores distribuidores de papéis para imprimir e escrever no mercado nacional.

Trabalhamos com fornecedores de renome nacional e internacional, com a mais completa linha de produtos gráficos.

Ligue e comprove:

Em São Paulo: (11) 6914.6511

Interior de São Paulo e Outros Estados:

DDG: 0800.112010

Fax: (11) 6915.8953

Atendimento Personalizado para todo o Brasil !!!

Av. Henry Ford, 2349 - Vila Prudente - São Paulo - SP

BELOIT MILLPROSM SERVICES

LEVA AS SOLUÇÕES ATÉ VOCÊ.

MillPro não é uma divisão da Beloit, também não é apenas uma estrutura organizacional. Muito mais do que isso, MillPro é uma filosofia de trabalho que tem o objetivo de colocar toda a tecnologia e experiência Beloit a serviço dos clientes, ajudando-os a produzir ao menor custo possível.

BELOIT

Beloit Industrial Ltda.

Rua Olinto Lunardi, 1400 - 13067-200 - Campinas, SP - Brasil
Tel.: 55-19-740-7400 - Fax: 55-19-740-7658 - www.beloit.com

Expectativa de Crescimento Moderado



“ Se o PIB crescer 3,5 %
ao ano, a demanda setorial
crescerá em média 5,4% ao ano ”

O professor Luciano Coutinho, da Unicamp (Universidade de Campinas), encerrou o primeiro dia de trabalhos do Fórum, apresentando uma palestra sobre o tema “Cenário Econômico 1990-2000”. Ele convidou o público a fazer um exercício de futurologia trabalhando com três hipóteses possíveis quanto à viabilidade de desenvolvimento: uma otimista, outra pessimista e, por fim, a moderada. (Vide tabela 1)

Perante credores internacionais, o desgaste político é fonte geradora de incertezas, chegando, por exemplo, a

Mesmo que a demanda cresça moderadamente, será necessário levar adiante o terceiro ciclo de investimentos no setor de celulose e papel.

transformar otimismo em ceticismo quanto ao futuro do país.

Mas, qual será o destino do Brasil?

O conferencista considerou viável a ocorrência do “cenário moderado”, apontando como tendência a recomposição par-

cial de FHC no segundo trimestre do ano 2000, ou seja, às vésperas de eleições. Nessas circunstâncias, o resultado das urnas seria heterogêneo, não evidenciando oposição ao presidente Fernando Henrique.

Nesse cenário básico, “realisticamente, mesmo com um quadro de parcial recuperação da popularidade, as reformas serão bem menos ousadas”, porque o governo tem um “sério compromisso com o FMI”, disse Luciano Coutinho.

Analisando a atual situação econômica do Brasil, ele observou que nossa economia ainda não tem condições para crescer;

Cenários alternativos: 1999-2000						
	1999			2000		
	básico	otimista	pessimista	básico	otimista	pessimista
Probabilidade	65%	5%	27%	50%	10%	35%
Taxa de câmbio	1,9	1,7	2,1	2,0	1,7	2,3
Juros básicos (CDI)	24,9	23,3	29,0	16,7	14,4	25,5
Inflação (IPC-Fipe)	6,3	5,3	9,5	3,0	3,5	10,0
PIB (var. %)	-0,1	0,5	-1,8	2,9	4,3	0,0
Consumos duráveis	-9,0	-3,0	-13,0	4,0	8,0	-5,0
Consumo não duráveis/serviços	-0,3	-0,0	-1,1	2,2	3,0	2,8

Tabela 2 – Balanço de Pagamentos

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Exportação	51,1	49,4	55,6	60,8	65,5	71,9
Importação	57,7	49,4	50,8	53,6	57,1	59,1
Saldo comercial	-6,6	0,0	4,8	7,2	8,4	12,7
Déficit Serviços	-28,8	-27,6	-30,2	-32,4	-33,6	-34,7
Juros + Lucros	-19,1	-22,5	-23,5	-25,4	-26,3	-27,2
Outros	-9,7	-5,2	-6,7	-8,3	-9,1	-9,8
Conta corrente US\$ bi	-33,6	-25,5	-23,2	-22,8	-22,7	-19,5
Conta corrente (% do PIB)	-4,3	-4,6	-4,2	-4,1	-3,9	-3,3
Investimento direto estrangeiro	26,1	22,0	25,0	19,0	18,0	17,0

Tabela 3 – Desempenho Fiscal

- Meta de superávit primário de 3,1 % do PIB em 99 é factível
- Incerteza maior para 2000: eleições e fim do FEF

Setor público	1997	1998	1999	2000
Déficit primário	0,9	0,0	-3,1	-3,3
Carga de juros nominais	5,2	7,6	8,5	7,4
Déficit primário	6,1	7,5	5,4	4,1

são limitações ao crescimento, o déficit em conta corrente (coberto pela entrada de capital de risco) e o tamanho dos passivos externos, bem como a dívida interna curta, pós-fixada e dolarizada. Essa dívida interna é o termômetro da confiança dos credores estrangeiros no Brasil.

“A sustentação do cresci-

mento exige exportações em vigorosa ascensão”, comentou o professor Luciano Coutinho. Na opinião dele, “o governo caminha devagar na direção correta; deveria estabelecer uma política forte de estímulo às exportações”. (Vide tabela 2)

Com base nos dados que compõem o quadro “Balanço de Pagamentos”, ele observou

que o déficit de serviços é muito elevado. “Para a solidez do crescimento brasileiro, seria necessário que o saldo comercial de 12,7 bilhões de dólares projetado para 2003 fosse alcançado já em 2001”, mas, para isso, seria preciso acelerar muito a capacidade de exportação brasileira ou então conter a importação. “Quanto antes

Tabela 4 – Câmbio e Juros: evolução possível (% ao ano)							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CDI nominal	24,6	28,6	24,9	16,7	15,4	13,2	16,6
Cupom	16,0	18,8	-20,6	10,1	11,5	11,0	10,0
Varição cambial	7,4	8,2	57,2	6,0	3,5	2,0	6,0

Tabela 5 – Inflação: projeções ainda benignas – variação (%)							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
IPC-FIPE	4,8	-1,8	6,6	3,0	2,0	2,0	2,5
IGP-DI	7,5	1,7	13,0	3,9	2,2	2,0	2,8
IPA-Geral	7,8	1,5	17,0	4,5	2,4	2,0	3,0

Tabela 6 – PIB: crescimento possível é moderado						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
PIB em %	0,1	-0,1	2,9	3,1	4,0	1,8
PIB indústria	-1,0	-1,6	4,0	3,1	4,0	1,8
PIB agropecuária	0,4	3,3	3,0	3,1	4,0	1,8
PIB serviços	0,8	0,2	2,4	3,1	4,0	1,8
PIB - US\$ bi correntes	781	533	552	561	579	581
Investimento	-2,7	-7,0	3,1	4,6	8,0	2,3
Massa real de rendimentos	-0,5	-4,1	2,1	2,0	2,1	0,5

melhorar esse desempenho, melhor para a solidez do crescimento brasileiro.”

A questão fiscal também foi colocada pelo professor Luciano Coutinho (Vide tabela 3)

Além dos aspectos citados, ele se referiu às dificuldades no âmbito internacional. Nos Estados Unidos, deverá acontecer *soft landing* ou esfriamento global e isso “seria perigoso”; a América Latina hoje “espanta” o investidor internacional; Ásia e China exercem pressão ameaçando desvalorizar a moeda e todas essas situações resultam em escassez de capitais.

Discorrendo sobre a evolução possível do câmbio e dos juros, e também apresentando projeções infla-

Tabela 7 – Setor de celulose e papel

Mercado externo: preços ainda deprimidos; recuperação depende do quadro global

Mercado interno: crescimento de moderado a razoável em função das elasticidades-renda

Elasticidades	Taxas de Crescimento - % a.a.	
	PIB	Demanda Setorial
Alta (1,5 a 2,0)	3,5	6,0
Média (1,25 a 1,5)	3,5	4,8
	Média	5,4 % a.a.

cionárias, o professor Luciano Coutinho chegou à simulação de crescimento moderado do PIB e observou: “Se o PIB crescer 3,5 % ao ano, a demanda setorial crescerá em média 5,4% ao ano”, porque o consumo de papel está correla-

cionado ao poder aquisitivo e à redistribuição da renda.

“Mesmo que a demanda cresça moderadamente, será necessário levar adiante o terceiro ciclo de investimentos”, concluiu. (Vide tabelas 4, 5, 6 e 7) ■

LeadNet



A CHAMPION FABRICA PAPEL TRANSFORMANDO EUCALIPTOS E PINUS RENOVÁVEIS EM CELULOSE. É GLOBALMENTE MODERNA: EXPORTA 50% DA SUA PRODUÇÃO.

A CHAMPION ORGULHA-SE DE SER UMA INDÚSTRIA FLORESTAL NÃO-EXTRATIVISTA.

DOMINA A PIONEIRA E MELHOR TECNOLOGIA DO HOMEM: CULTIVAR PARA COLHER.

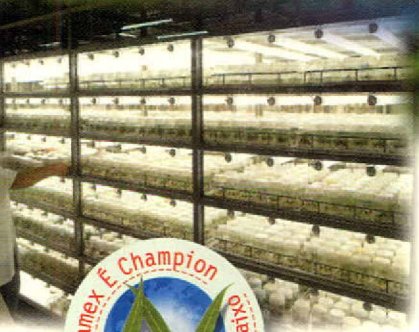
É CULTIVANDO QUE ELA DEVOLVE À NATUREZA MAIS DO QUE TIRA: MELHORIAS GENÉTICAS, REPLANTE DE ESPÉCIES NATIVAS, MATAS CILIARES, REEQUILÍBRIO ECOLÓGICO.

A CHAMPION É LÍDER EM PAPEL CORTADO COM A LINHA CHAMEX E CHAMEQUINHO. É LÍDER EM LWC (COUCHÉ DE BAIXA GRAMATURA) COM AS MARCAS CHAMSET E CHAMGLOSS.

E É RECONHECIDA FORNECEDORA DE KNOW-HOW DE REFLORESTAMENTO.

EM TUDO O QUE A CHAMPION FAZ A NATUREZA ASSINA EMBAIXO.

A Champion domina a melhor tecnologia: cultivar para colher.



A responsabilidade social e ecológica das empresas do Grupo Champion se retrata em projetos consolidados ou em andamento, como estes: *Yara, a Recuperação Ambiental do Ribeirão das Águas Quentes, Águas de Lindóia (prêmio Eco 97); Cidadania, Formando Educadores; Parque Florestal Mogi Guaçu - A Natureza em Harmonia (Top de Ecologia 96); Biblioteca Pública de Mogi Mirim; Revegetação Ciliar dos Córregos Borda da Mata e Palha Grande, Holambra; UTI da Santa Casa de Mogi Mirim; Alimentação Solidária - Revertendo Desperdício em Assistência.*

GRUPO CHAMPION



Os Desafios da Distribuição

“Fabricantes e distribuidores necessitam aumentar o grau de comunicação e confiança.”

O segundo dia de trabalho do 24º Fórum de Análise teve início com a apresentação da palestra sobre o tema “Os Desafios da Distribuição de Papéis no Brasil”, pelo conferencista Arthur Gonoretzky, da Branac.

Além de dimensionar a potencialidade do Setor da Distribuição no Brasil, ele apresentou algumas informações sobre a estrutura dos distribuidores europeus, evidenciando que no exterior o grau de organização é bem superior ao existente em nosso país.

Arthur ressaltou que os distribuidores brasileiros enfrentam diversas dificuldades, tais como excesso de carga tributária, alto grau de inadimplência, concorrência desleal, falta de política de distribuição e incorreta comercialização de Papel LD.

Destacando ser de fundamental importância para o mercado a harmonia entre fabricantes e distribuidores, o conferencista afirmou: “A falta de estratégia é geral. Temos que sentar e, juntos, discutirmos a comercialização como um todo.”

No Brasil, estima-se que existam atualmente 142 revendas e 38 empresas de distribuição. Essas empresas são representadas pelo SINAPEL – Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Papel e Papelão, que conta com 24 empre-



sas associadas. É uma entidade que presta diversos serviços ao setor tendo, por exemplo, implantado recentemente a CIRP – Central de Informações do Ramo Papeleiro, um sistema de apoio à concessão de crédito, exclusivo para o setor da distribuição, com

convênio com a SERASA.

Muitos esforços têm sido feitos buscando consolidar estratégias de atuação dos distribuidores. Em 1998, os fabricantes de papel, em conjunto com o SINAPEL, chegaram ao consenso em algumas questões. Definiram-se, por exemplo, critérios para credenciamento do distribuidor gráfico, como segue:

- capital social mínimo – R\$ 200 mil;
- patrimônio líquido – R\$ 500 mil;
- giro mensal – 200 toneladas/mês.

Essa análise conjunta da situação, também levou ao estabelecimento de regras no tocante à comercialização, determinando-se que pedidos inferiores a 12 toneladas de papéis *offset*, *couché* e cartão não seriam atendidos pelas fábricas.

Apesar dessas providências, parece que ainda há um longo caminho a percorrer até que o Setor da Distribuição se consolide definitivamente em nosso

Tabela 1 – Maiores distribuidores

Empresa	M. tons	% share
Buhrmann	1.8	15
Arjo Wiggins	1.6	14
MoDo/SCA	0.9	8
Igepa	0.8	7
Stora	0.6	5
Schneidersöhne	0.6	4
Inapa/Mafipa	0.5	4
Xerox	0.4	3

Tabela 2 – Distribuição/participação de mercado

Bobinas	15%
Folhas	85%
Cut-size	65%
Participação Total	55%

país, assemelhando-se à estrutura que existe em mercados internacionais, como o europeu, que Arthur Gonoretzky detalhou na apresentação.

O mercado europeu

O setor gráfico europeu é composto por 75 mil empresas (gráficos e convertedores), que empregam 975 mil funcionários. Seu faturamento em 1998 atingiu a cifra de US\$ 70 bilhões.

O Setor da Distribuição na Europa, que é composto por 350 empresas, empregando 23 mil funcionários, registrou em 1998 faturamento da ordem de US\$ 13 bilhões, com vendas de 12 milhões de toneladas de papel. Lá existem duas modalidades principais de comercialização: venda via estoque – o distribuidor compra e armazena o produto em seu próprio armazém – e venda semi-direta – o distribuidor vende diretamente do estoque do fabricante.

Burhmann é o maior distribuidor independente e tem sua base na Holanda. Também são independentes a Igepa e a Schneidersohne. (vide tabela 1 e tabela 2)

Embora existam várias associações que representam o setor, o conferencista referiu-se à Eugropa, confederação composta por 14 associações nacionais de distribuidores de papel, fundada em 1957, que atua em diversas frentes visando defender os interesses dos

distribuidores, inclusive mantendo Grupos de Trabalho para discussão de assuntos específicos, tais como papel e meio ambiente, *marketing* e estratégia, treinamento e educação, padronização e sistemas de contribuição.

Os distribuidores brasileiros

“Os fabricantes não têm uma noção precisa dos valores e das funções exercidas pelos distribuidores”, disse o conferencista que, considerando a abrangência do mercado gráfico brasileiro, destacou: “Há espaço para o fabricante e o distribuidor trabalharem em harmonia e sincronismo.” (vide tabela 3)

Num contexto mais amplo, Arthur analisa os reflexos da globalização no mercado e comenta: “Em 1990, as cinco maiores fábricas detinham 17% da capacidade global de imprimir e escrever. Hoje, a participação dessas cinco indústrias é de 27%. Conforme as fábricas forem crescendo, haverá perda de flexibilidade para atender a pedidos de menores volumes, função que será exercida pelos Distribuidores.” (vide tabela 4)

Tendências e conclusão

A estratégia de atuação dos distribuidores deve contemplar o atendimento ao fabricante e ao cliente.

Considerando-se a perspectiva de desenvolvimento econômico, supõe-se o surgimento de novos centros comerciais, com maior pulverização dos mercados a serem atendidos, diversificando-se também a linha de produtos. Com isso, amplia-se o campo de atuação de fabricantes e distribuidores. Esses dois setores também serão beneficiados pela revolução eletrônica, sendo previsível a explosão do mercado SOHO.

Dentre as recomendações de Arthur Gonoretzky aos distribuidores, ressalta-se que eles deverão “adequar-se aos novos tempos, investindo em logística, *marketing* direto e treinamento; unir-se para combater a inadimplência e a concorrência desleal; e estar preparados para enfrentar a concorrência internacional.”

Ao final da palestra, Arthur reafirmou a necessidade de maior integração entre fabricantes e distribuidores: “A fábrica tem que definir claramente o que quer do seu distribuidor e este, por sua vez, tem que dizer como a sua empresa pode ajudar o fabricante a colocar seus produtos no mercado.” ■

Arthur Gonoretzky

formou-se em Administração de Empresas em Israel. Já atuou em diversas empresas do setor: Votorantim Celulose e Papel, SPP Nemo S/A Comercial Exportadora e Grupo Stora Enzo e atualmente é diretor executivo da Branac Papel e Celulose S/A

Tabela 3 – Participação dos distribuidores na indústria nacional*

Produto	Papel Offset	Cut Size	Cartão	Papel Couché	Papel Jornal	Total
Produção média mensal	78.100	45.800	31.400	15.000	21.000	191.300
Vendas mercado interno	44.400	20.300	29.900	14.500	20.000	129.100
Vendas para distribuidores	16.500	18.200	4.000	7.500	2.600	48.800
Papel imune via distribuição	8.600	0	1.200	4.100	2.600	16.500
% imune via distribuição	52%	0%	30%	55%	100%	34%
Participação total dos distribuidores						38%

* informações colhidas em agosto/1999

Tabela 4 – Gráfica no Brasil 1998

Investimentos do setor gráfico – US\$ milhões

Período	Valor	D %	invest. acum.	taxa interna
1990	374.7	44.1	Ê	Ê
1991	322.7	(13.9)	697.4	36.4
1992	365.8	13.4	1.063.2	41.6
1993	370.0	1.1	1.433.2	39.9
1994	701.0	89.5	2.134.2	41.6
1995	816.4	16.5	2.950.6	41.1
1996	696.1	(14.7)	3.646.7	38.4
1997	1.004.6	44.3	4.651.3	37.0
1998*	542.8	(46.0)	5.194.1	33.9

Fonte: Abigraf *estimativa

Papéis Especiais:

Soluções Integradas



“O Vendedor é um provedor de soluções.”

Térmico, fotográfico, base para siliconização, heliográfico, base para laminados, decorativos, autocopiativos e base para carbono, bases para saturação, filtrantes, segurança, glassines, resistentes à gordura, antioxidantes e bíblia são os principais tipos de Papéis Especiais. Esses distinguem-se não só pelas aplicações específicas, mas também por apresentarem características bem diferentes das observadas em outros tipos de papel. Frequentemente produzidos em pequenos lotes, requerem tecnologias específicas; via de regra, uma ou mais propriedades funcionais agregam maior valor a esse produto.

Os papéis especiais classificam-se em dois grandes grupos: não revestidos (principais propriedades funcionais são proporcionadas por meio tratamento mecânico das fibras *on/off machine*) e

revestidos/tratados (principais propriedades funcionais são obtidas por tratamento químico superficial *on/off machine*).

“O Mercado de Papéis Especiais” foi tema da palestra apresentada por Eberson Tadeu H. de Souza, da MD Papéis. Ele estabeleceu as macro-tendências setoriais concentrando-se em três aspectos de grande importância: Propriedades Funcionais; Questões Toxicológicas e Ambientais; e Perspectivas Mercadológicas.

Referindo-se às macro-tendências funcionais, ele destacou como um dos pontos principais a redução de gramatura, visando maximizar o rendimento por área e também reduzir o número de bobinas.

Outra possibilidade quanto às características funcionais dos papéis especiais revestidos diz respeito à otimização do estado de superfície, objetivando melhorar a printabilidade, diminuir o consumo de tintas de impressão, permitir a utilização conjunta com outros materiais e aumentar o brilho.

Os usuários de papéis especiais estão sempre buscando melhorar

Quesitos do novo profissional de vendas

- ★ Provedor de Soluções
- ★ Conhecedor do negócio do cliente
- ★ Proativo
- ★ Auto motivado
- ★ Sempre à disposição (se necessário, *on line*)
- ★ Dinâmico



PRONTA PARA CRESCER COM SEUS CLIENTES.

DIVISÃO CARTUCHOS E RÓTULOS

A Dixie Toga, empresa líder no setor de embalagens na América do Sul, sempre concebeu embalagem e conteúdo como partes de um todo, por isso a parceria com seus clientes foi um caminho natural.

A Divisão Cartuchos e Rótulos, como todo o Grupo, trabalha com o conceito "custo em uso", que integra o desenvolvimento de seus produtos à cadeia produtiva de seus clientes. O resultado disso? Custos menores e máxima eficiência operacional.

Os sistemas de informações integradas da Divisão Cartuchos e Rótulos são capazes de realizar um eficiente controle dos estoques de seus clientes, proporcionando, além de tranquilidade, uma significativa redução nos custos de estocagem.

A estrutura flexível dessa Divisão é perfeita para mercados de consumo com grande potencial de crescimento, ou seja, ela está pronta para crescer com seus clientes.

A atuação da Divisão Cartuchos e Rótulos é pautada pelos conceitos que sustentam a posição que o Grupo Dixie Toga ocupa no mercado: tecnologia, eficiência, custo e qualidade.

E a Divisão Cartuchos e Rótulos tem obtido resultados surpreendentes: produtos desenvolvidos de forma personalizada e uma estrutura moderna, que combina solidez e flexibilidade em perfeita harmonia. Pode crescer que a gente cresce junto.



DIXIE TOGA
Soluções em Embalagens

www.dixietoga.com.br

Os números

Ao analisar a evolução da produção brasileira de papéis, o conferencista observou que os papéis especiais não tem grande representatividade: 152 mil toneladas em 1998, ou seja 3% da produção total de papéis. Contudo, ele chama atenção para o crescimento registrado após a implantação do Plano Real, em razão da melhoria do poder aquisitivo da população.

As exportações brasileiras de papéis especiais equiparam-se aos níveis das exportações dos demais papéis, conforme demonstrado no gráfico abaixo.

"Enquanto que o consumo *per capita* de papéis de um modo geral evoluiu de 28,3 kg em 1990 para 38,8 kg em 1998, em papéis especiais o salto foi de 0,8 kg para 1,3 kg."

O conferencista observou que, neste ano, o desempenho das exportações será afetado pela crise cambial, desencadeada a partir de 12 de janeiro, pois o setor destina grande parte dos volumes exportados para a América Latina e países do Mercosul, que foram sensivelmente afetados pelas ocorrências no âmbito econômico.

mas agilidade ainda maior será notada a partir deste ponto, analisando-se a questão mercadológica.

A primeira colocação do conferencista foi quanto à tendência de redução do preço, ele explicou, que "o pedido do cliente de redução do preço deve ser entendido como redução de custo e isso necessariamente passa por um trabalho visando promover a competitividade do cliente."

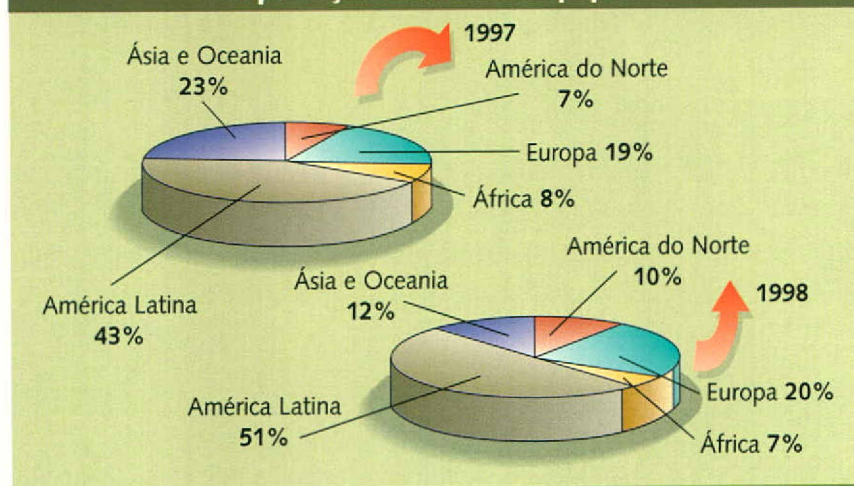
Contudo, o trabalho mercadológico compreende outros aspectos muito importantes. O conferencista presume crescimento do setor de *fast food*, tendo como reflexo incremento do consumo de todos os tipos de papéis, inclusive especiais e alerta para a evolução do mercado *single* (embalagens individualizadas).

Além de outros pontos abordados, Tadeu de Souza destacou que no tocante à comercialização é fundamental observar atentamente a prestação de serviços de pré e pós-venda, especialmente buscando:

- entendimento da necessidade do cliente;
- interface cliente e fábrica;
- acompanhamento da conversão do produto;
- interação com o consumidor final.

Encerrando a palestra, Tadeu de Souza disse: "temos que aproveitar todas as oportunidades que o mercado nos oferece para sermos mais competitivos" e lembrou: "o novo profissional de vendas é um provedor de soluções, que deve estar absolutamente ligado no negócio do cliente. Não devemos mais esperar que alguém venha nos motivar, o vendedor tem que ser auto motivado." ■

Exportação brasileira de papéis



processos; e, com isso, frequentemente, incorporam novas tecnologias de conversão e uso final, que implicam na adequação do produto, por meio de incremento das propriedades físico-mecânicas, explicou Tadeu, referindo-se a outro ponto relacionado aos aspectos funcionais dos papéis especiais.

Prosseguindo, ele observou também que, para atender às necessidades do mercado, será intensificado o desenvolvimento de propriedades funcionais específicas. "Somos solicitados a oferecer produtos com características específicas; às vezes mais opacos, como no caso de papel bíblia; vez por outra, com elevado grau de transparência, como para janelas de envelopes. Sendo assim, deve

intensificar-se o desenvolvimento de papéis especiais que atendam adequadamente às necessidades de resistência a óleos e gorduras, umidade, combustão, release, bem como à torção e dobra, resistência ou transparência, capacidade de saturação/impregnação e copiability.

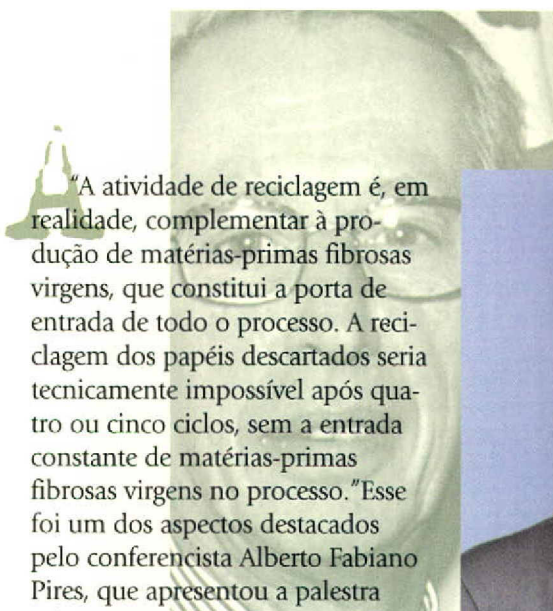
O setor fabricante de papéis especiais é alvo de muitas exigências ambientais e de saúde. É previsível que cada vez mais as indústrias invistam para atender a essas exigências, adequando-se às imposições legais e selecionando criteriosamente as matérias-primas, de modo a minimizar o impacto ambiental.

Já é possível perceber o grau de dinamismo imposto a esse setor,

Eberson Tadeu H. de Souza é Engenheiro Eletrônico, com pós-graduação em Administração de Empresas e Marketing, tendo atuado nos últimos anos nas áreas de Vendas, Marketing e Exportação de Produtos Industriais. Possui vasta experiência em negociações "Business to Business", em âmbito nacional e internacional. Atualmente é Gerente Comercial da MD Papéis Ltda.

A Reciclagem de Papel no Brasil

reciclagem



“A atividade de reciclagem é, em realidade, complementar à produção de matérias-primas fibrosas virgens, que constitui a porta de entrada de todo o processo. A reciclagem dos papéis descartados seria tecnicamente impossível após quatro ou cinco ciclos, sem a entrada constante de matérias-primas fibrosas virgens no processo.” Esse foi um dos aspectos destacados pelo conferencista Alberto Fabiano Pires, que apresentou a palestra sobre o tema “Aspectos Gerais da Atividade de Reciclagem de Papel no Brasil”.

Embora a reciclagem venha sendo praticada em nosso País desde o início da fabricação de papéis, há mais de 100 anos, verifica-se que essa atividade só começou a ganhar impulso a partir da década de 70, isto é, na medida em que se ampliava a produção de papel utilizando matérias-primas virgens, estimulando um maior consumo, e gerando, conseqüentemente, maior disponibilidade de papéis recicláveis.

“A reciclagem de papel no Brasil tem seu fundamento em questões de natureza essencialmente econômicas. Mas, em tempos recentes, essa atividade destaca-se cada vez mais, na medida em que con-



tribui para a preservação e conservação do meio ambiente e para a solução da questão da destinação dos lixos urbanos”, explicou Fabiano Pires.

Pontos de geração dos papéis recicláveis

A análise da distribuição do consumo de papéis no Brasil conduziu à identificação de quatro pontos de geração de papéis recicláveis, que dão origem a diferentes tipos de aparas:

- Convertedores - aparas brancas, aparas kraft, aparas de cartolina, aparas de tipografia, aparas de papelão ondulado;
- Supermercados, lojas de departamento e

“É preciso facilitar a coleta de papéis recicláveis em residências e nos escritórios nas regiões centrais das cidades.”

fábricas - caixas de papelão ondulado, caixas de cartolina, papéis de embrulho;

- **Escritórios** - formulários contínuos, jornais e revistas, papéis com anotações, papéis utilizados em impressoras de computadores, notas fiscais e faturas;

- **Residências** - jornais e revistas, papéis utilizados em impressoras de computadores, caixas de papelão ondulado, caixas de cartolina, papéis de embrulho.

Classificação dos papéis recicláveis

Observando que os papéis recicláveis podem ser classificados em dois grandes grupos - aparas e papéis usados, o conferencista explicou que "muitas vezes, comercialmente, esta classificação em grupos é ignorada, tratando-se todos os tipos de papéis recicláveis unicamente com a designação genérica de aparas", e esclareceu: "As aparas (em inglês *trimming*) são os resíduos resultantes da operação em empresas convertedoras, que transformam o papel elaborando os artefatos solicitados pelos usuários. Já os papéis usados (em inglês *wastepaper*) são os materiais descartados pelos usuários."

Essa divisão em dois grupos é complementada por uma classificação mais detalhada, adotada pela Associação Brasileira de Celulose e Papel - BRACELPA, que caracteriza cada um dos tipos de aparas e papéis usados, estabelecendo níveis máximos de umidade e impurezas e definindo o teor de materiais proibitivos.

Fabricante reciclador

A BRACELPA conceitua como fabricante reciclador a empresa em que o consumo de papéis recicláveis, na produção de papel, represente mais de 50% do total de matérias-primas fibrosas consumidas.

Das 181 empresas fabricantes de papel no Brasil em 1998, 121 se enquadraram como fabricantes reci-

cladores, dentro do conceito da BRACELPA, e responderam por 33,3 % da produção brasileira de papel de todos os tipos naquele ano.

Assinale-se, ainda, que mesmo sem ser consideradas fabricantes recicladores, muitas outras empresas consomem papéis recicláveis para a complementação de suas necessidades de matérias-primas fibrosas. Além dos 121 fabricantes recicladores, outras 27 empresas consumiram alguma quantidade de aparas e papéis usados, no ano de 1998. Apenas 33 dos fabricantes de papel no Brasil em 1998 não consumiram qualquer quantidade de papéis recicláveis.

Níveis de reciclagem

A intensidade do processo de reciclagem em um país ou região é habitualmente medida pela taxa de recuperação, que relaciona a quantidade de papéis recuperados com o consumo aparente de papéis de todos os tipos no país ou região considerados.

A **tabela 1**, com dados compilados da revista especializada *PPI - Pulp & Paper International* (edição de julho de 1998), evidencia que os níveis de recuperação (e portanto de reciclagem) no Brasil não se afastam muito de uma média mundial.

No período de 1978 a 1998, a taxa de recuperação de papéis recicláveis no Brasil apresentou a seguinte evolução:

Países	Taxa de recuperação	Países	Taxa de recuperação
Alemanha	71,6%	Reino Unido	41,1%
Suécia	54,8%	França	39,8%
Japão	52,7%	Brasil	36,3%
Estados Unidos	47,0%	Argentina	32,9%
Canadá	46,8%	Itália	30,5%
México	43,5%	Rússia	29,4%
Espanha	42,0%	China	26,8%
Média dos países selecionados		42,5%	

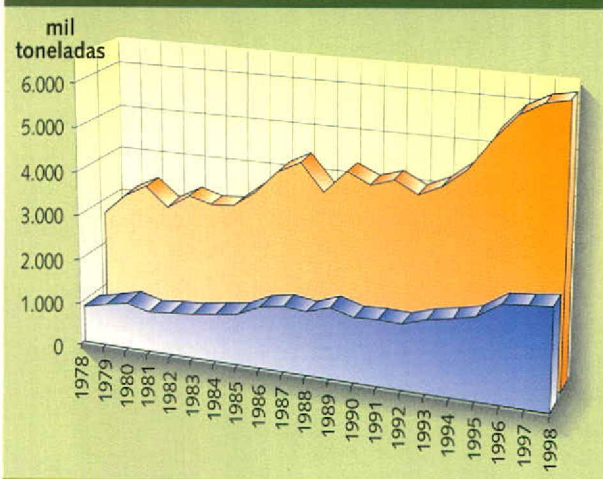
Ano	Consumo aparente de papel de todos os tipos mil t (a)	Consumo aparente de papéis recicláveis mil t (b)	Taxa de recuperação % (b)/(a)
1978	2.696	836	31,0
1979	3.169	948	29,9
1980	3.428	1.052	30,7
1981	3.009	920	30,6
1982	3.327	966	29,0
1983	3.184	1.003	31,5
1984	3.219	1.085	33,7
1985	3.599	1.155	32,1
1986	4.115	1.390	33,8
1987	4.371	1.489	34,1
1988	3.771	1.429	37,9
1989	4.294	1.596	37,2
1990	4.053	1.479	36,5
1991	4.208	1.487	35,3
1992	3.948	1.473	37,3
1993	4.184	1.624	38,8
1994	4.604	1.729	37,5
1995	5.320	1.840	34,6
1996	5.868	2.180	37,2
1997	6.167	2.239	36,3
1998	6.276	2.295	36,6

Fonte: Bracelpa

Esclareça-se que nas taxas de recuperação apresentadas no quadro acima não foi considerada a impossibilidade técnica da reciclagem de papéis para fins sanitários e de papéis especiais. Se, do consumo aparente total, fossem eliminados os dois tipos de papéis que acabamos de citar, a taxa de recuperação em 1998 se elevaria para 41,6%.

Consumo de papéis recicláveis no Brasil

Papéis recuperados no Brasil em comparação ao consumo aparente de papéis de todos os tipos



Segundo dados a BRACELPA, a recuperação e o posterior consumo de papéis recicláveis no Brasil atingiu em 1998 a 2.294.700 t.

Pode-se afirmar que a quantidade de papel recuperado em um país ou região depende essencialmente da quantidade e do tipo de papel consumido nesse país ou região.

Fatores fundamentais são também a estrutura sociocultural, o grau de desenvolvimento econômico e a extensão territorial do país ou região.

No Brasil, cerca de 43,3% dos papéis consumidos em 1998 estão classificados na categoria de "embalagem". Conseqüentemente, não causa admiração que 61,6% dos papéis recuperados no mesmo ano sejam de "papelão ondulado".

Países que apresentam grande consumo de papéis para fins sanitários e de papéis para fins industriais, não recuperáveis por sua própria essência, tendem a registrar taxas de recuperação menores, quando essa recuperação está relacionada com o consumo aparente global de todos os tipos de papel. Recorde-se, todavia, que aqueles tipos de papéis não recicláveis representaram no Brasil apenas 12,2% do consumo de papel de todos os tipos em 1998.

O consumo de papéis em nosso país concentra-se nos estados das regiões sul e sudeste, com a identifi-

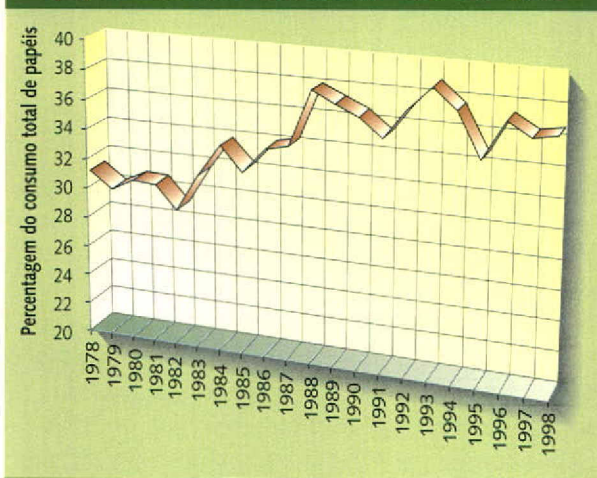
cação de "ilhas" de consumo em outras regiões.

Dessa forma, como se verá no item seguinte, a taxa de recuperação de papéis nessas regiões é bem maior do que a apontada nas estatísticas para o Brasil como um todo.

Por outro lado, a falta de parque industrial de fabricação de papel nas proximidades das acima chamadas "ilhas" de consumo torna economicamente questionável a recuperação dos papéis nelas descartados.

Recuperação de papéis recicláveis no Brasil

Taxa de recuperação de papéis recicláveis no Brasil - 1978 a 1998



A análise dos papéis recicláveis consumidos em 1998 permite a seguinte classificação por tipo de geração:

Classificação dos papéis recicláveis por tipos geração em 1998

Tipo de geração	Quantidades mil t
Papéis para imprimir e escrever	356,1
Papéis <i>kraft</i>	120,9
Papéis para jornais e revistas	204,8
Cartões e cartolinas	122,6
Papéis para ondulados	1.475,0
Papéis para embalagem em geral	15,3
Total	2.294,7

Fonte: Bracelpa

Comparando-se a quantidade de papéis recicláveis recuperados com o consumo aparente total dos papéis que os geraram, chega-se às seguintes taxas de recuperação:

Taxa de recuperação de papéis recicláveis por tipo de geração em 1998

Distribuição	Recuperação (1) mil t	Consumo aparente (2) (*) mil t	(1)/(2) %
Papéis para imprimir e escrever	356,1	1.456,0	24,5
Papéis kraft	120,9	466,0	25,9
Papéis para jornais e revistas	204,8	658,0	31,1
Cartões e cartolinas	122,6	685,0	17,9
Papéis para ondulado	1.475,0	2.069,0	71,3
Papéis de embalagem em geral	15,3	123,0	12,4
Total	2.294,7	5.457,0	42,1

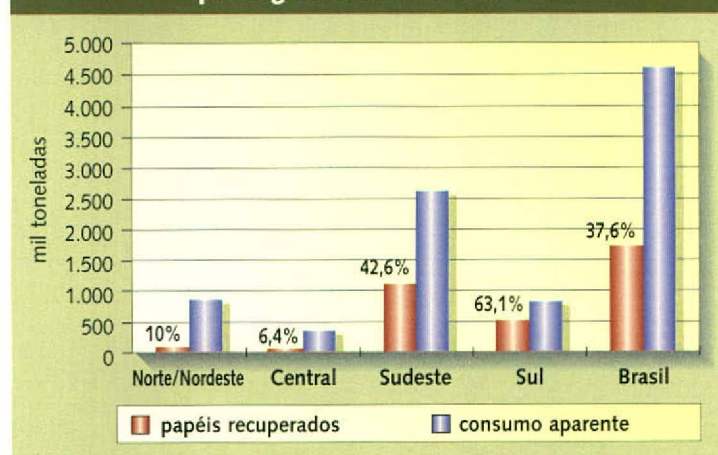
(*) – Não inclui papéis para fins sanitários e papéis especiais

Fonte: Bracépa

Taxa de recuperação dos papéis recicláveis por regiões do Brasil

O conferencista Fabiano Pires apresentou também um estudo da taxa de recuperação de papéis recicláveis por regiões do Brasil. O levantamento foi realizado com base no consumo aparente de papel em cada um dos estados brasileiros. Esclarecendo que as taxas de recuperação determinadas não foram substancialmente alteradas no período 1994-1998, ele chamou a atenção para as regiões sul e sudeste do Brasil, onde as taxas chegam a se igualar, e mesmo superar, as de países intensamente envolvidos com a atividade de reciclagem, como Japão, Estados Unidos da América e os países da Comunidade Européia. E observou que as taxas de recuperação nas regiões norte, nordeste e central do país são muito baixas, provavelmente por não existir nessas regiões unidades industriais onde os papéis recicláveis possam ser utilizados para a produção de novos papéis.

Recuperação de papéis recicláveis por regiões do Brasil – 1994



Conclusão

Ao final da apresentação, o conferencista Alberto Fabiano Pires apresentou algumas recomendações para o setor de reciclagem de papel no Brasil:

1) Alteração da legislação fiscal federal/estadual, de forma a permitir que os fabricantes recicladores se creditem de impostos incidentes sobre os papéis recicláveis em seu ciclo anterior de utilização.

2) Criação de facilidades para a coleta de papéis recicláveis em residências e em escritórios nas regiões centrais de cada cidade, com a utilização de pequenos veículos de carga.

3) Aceitação plena dos serviços de microfilmagem e de informatização de documentos contábeis, permitindo que os originais de tais documentos fiquem arquivados apenas durante o exercício social a que se referirem.

4) Criação de linhas de financiamento (semelhantes ao Sistema FINAME/BNDES) para a formação de estoques de papéis recicláveis durante os períodos de grande oferta e pequena demanda, seja pelos fabricantes recicladores, seja pelos aparistas.

5) Estímulo ao desenvolvimento tecnológico do processo de destintagem de jornais e impressos em geral, barateando-se os custos e possibilitando sua utilização na fabricação de tipos de papel de melhor qualidade.

6) Criação de linhas de financiamento para a implantação de fábricas de papel recicladoras de pequeno e médio portes, em locais caracterizados como "ilhas" de consumo de papel.

7) Campanhas de conscientização das comunidades, evitando-se o lançamento dos papéis recicláveis no lixo urbano. ■

Fabiano Pires é engenheiro civil. Atua no setor de celulose e papel há mais de 35 anos; atualmente como consultor. É Conselheiro Vitalício e Sócio Benemérito da ANAVE.



ESTA É A ÚNICA FOLHA DESTA REVISTA QUE A GENTE NÃO APROVEITA.

É que a Papyrus produz papelcartão reciclado para embalagens, feito a partir de sobras de papel como este que você está segurando agora. Por isso, o que é simples papel velho para uns, para a Papyrus é a melhor matéria-prima que existe. E as vantagens são muitas: produtos de qualidade, preços competitivos e muito respeito à Natureza. Se você concorda e precisa destes produtos, fale com a gente. Se não, corte, rasgue, jogue este anúncio no lixo. A gente entende. E agradece.



Tecnologia em cartões reciclados

Fone: (011) 5090 3900 Fax: (011) 5090 3927 e-mail: papyrus@cybernetpro.com.br site: www.papiruscartao.com.br



Caminhos para a Capitalização



Ao falar sobre o tema “Uma Visão Financeira do Setor”, o conferencista Mauritz Folkertz, vice-presidente do Banco Chase Manhattan, destacou que mudanças estruturais estão ocorrendo no mercado financeiro internacional que têm grande implicação na forma como os financiamentos ocorrem em todo o mundo.

Ele explicou que o processo de consolidação do setor de papel passa por fusões e incorporações, visando principalmente:

- realinhamento do foco de produto;
- monetização de ativos *non core*;
- alianças estratégicas/parcerias;
- expansão geográfica;
- reavaliação das propriedades florestais;
- consolidação.

Mudanças estruturais no mercado financeiro internacional

Ele explicou que até a década de 70, os ativos financeiros circularam dentro do balanço dos bancos. A partir dos anos 80, os investidores institucionais pas-

saram a ter um peso maior. Como consequência, as empresas passaram a ter acesso ao mercado de forma direta (Processo de Desintermediação) e o mercado de *Bonds* (acesso direto da empresa ao mercado) passou a representar 50% das captações totais. Nos anos 90, os bancos perceberam que com essas mudanças estavam perdendo mercado e nota-se um processo de reintermediação, onde os empréstimos sindicalizados passam a representar 51% das emissões totais.

Os empréstimos sindicalizados são predominantemente para fusões e aquisições, sendo aproximadamente um terço *non-investment grade* (representam investimentos de risco superior ao normal).

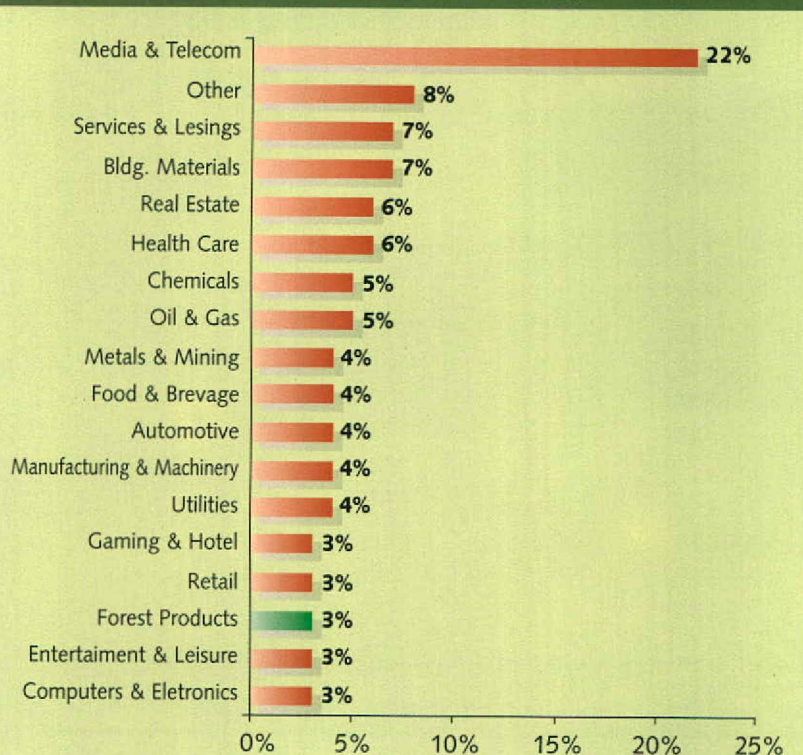
Apesar do intenso movimento de fusões e aquisições, o setor de papel e celulose representa apenas 3% dos empréstimos sindicalizados. (Vide Gráfico 1)

Visão internacional do setor de papel e celulose

Apesar do processo de consolidação em curso na indústria de “papel e papelão”, as cinco

“ O mercado financeiro não tem reconhecido o valor das empresas brasileiras do setor de celulose e papel ”

Gráfico 1 – Empréstimos alavancados por indústria (baseado no ano de 1998)



Fonte: Loan Pricing Corp., Estimativas Paine Webber

principais companhias correspondem a menos de 15% da indústria total.

As oportunidades de crescimento serão impulsionadas pela Ásia e América Latina, regiões caracterizadas como mercados emergentes de rápido crescimento. (Vide Tabela 1)

Ainda analisando a indústria de papel, o conferencista observou que as empresas que compõem o setor apresentam significativa diferença de porte. A tendência de fusões e incorpo-

rações é evidente e, com esse processo de consolidação, é possível que mudanças aconteçam no Brasil. (Vide tabela 2)

As operações de fusões e aquisições geralmente passam, mesmo que parcialmente, por algum tipo de financiamento; nesses casos a moeda que prevalece são as ações, explicou Mauritz Folkertz; ele reafirmou que os bancos estão dispostos a correr algum risco, desde que consigam entender a lógica da empresa financiada. (Vide tabela 3)

A visão financeira do setor no Brasil

O Setor brasileiro de celulose e papel tem aspectos positivos e negativos na visão das instituições financeiras. O conferencista mencionou pontos que representam "força":

- fortalecimento do poder de compra, que aumentou a demanda por produtos derivados de celulose e papel;
- baixa taxa de penetração *per capita*;
- tamanho do mercado interno;
- elevada concentração, se comparada a outros países;
- vantagens naturais que possibilitam custos menores;
- ativo apoio governamental (BNDES).

Mas destacou também as "fraquezas":

- baixos preços e retornos nos últimos dez anos;
 - indústria composta por empresas familiares de grande porte, diversificadas e de estruturas complexas.
 - indústria intensiva em capital, cíclica e produtora de *commodities*;
 - setor sub-avaliado no mercado de capitais;
 - reduzida consolidação do setor quando comparado à América do Norte e Europa.
 - alto custo do capital.
- Apresentando dados que

Tabela 1 – Oferta mundial de papel e papelão

Região	1998 (000 tons)	1998 Demanda	2003 (000 tons)	2003 Demanda	Taxa Crescimento
América do Norte	98,259	32.9%	104,923	29.2%	1.3%
Europa	82,787	27.7%	96,007	26.8%	3.0%
Ásia	92,133	30.9%	124,779	34.8%	6.3%
América Latina	17,143	5.7%	22,560	6.3%	5.6%
África	4,180	1.4%	5,782	1.6%	6.7%
Oceania	4,023	1.3%	4,823	1.3%	3.7%
Total	298,525	100.0%	358,874	100.0%	3.8%

Fonte: Miller Freeman Pulp and Paper International

Tabela 2 – Líderes por região em termos de vendas de papel e papelão em 1998

Top 5 North American Companies

International Paper	\$24,043
Georgia-Pacific	\$20,369
Kimberly-Clark	\$12,297
Weyerhaeuser	\$10,766
Fort James	\$7,301

Top 5 Asian Companies

Oli Paper	\$7,898
Nippon Paper	\$5,543
Daishowa Paper	\$2,639
Daio Paper	\$2,521
Rengo	\$1,849

Top 5 South American Companies

Empresas CMPC	\$1,158
Klabin	\$1,033
Arauco	\$802
VCP	\$604
Aracruz	\$459

Top 5 European Companies

Stora-Enso	\$11,699
UPM Kymmene	\$8,364
SCA	\$7,703
Arjo Wiggins	\$5,508
Metsa-Serla	\$3,919

Top 3 Australasian Companies

Amcor	\$6,056
Carter Holt Harvey	\$3,055
Fletcher Challenge	\$2,884

Top 2 South African Companies

Sappi	\$4,341
Mondi	N/A

(1) International Paper and Georgia-Pacific sales numbers are pro-forma of acquisitions of Union Camp and Unisorce Worldwide, respectively. Weyerhaeuser figure does not include sales from pending acquisition of MacMillan Bloedel. Source: Company Reports. All foreign currencies are translated into US\$ using average exchange rate for fiscal year end period.

Tabela 3 – Fusões e Aquisições no setor

Date	Acquiror	Target	Transaction Size (mm)	Consideration: Cash/Stock/Combo
1998 Select Acquisitions				
Jun-99	Weyerhaeuser	MacMillan Bloedel	\$ 2,349	Combo
May-99	Georgia-Pacific	Unisorce Worldwide	1,570	Combo
Jan-99	Madison Dearborn Partners	PCA (Tenneco)	2,200	Combo
Nov-98	International Paper	Union Camp	6,611	Stock
Sep-98	Weyerhaeuser	bowater	520	Cash
Jun-98	Domtar Inc.	EB Eddy Paper	546	Combo
Jun-98	Enso	Stora	5,600	Stock
May-98	Jefferson Smurfit	Stone Container	2,229	Stock
Mar-98	Donohue Inc.	Champion	450	Cash
Mar-98	Dowater Inc.	Avenor	3,290	Combo
Mar-98	Georgia-Pacific	Cecorr Inc.	190	Combo
Feb-98	International Paper	Weston Paper	232	Stock
1997 Selected Acquisitions				
Dec-97	Bowater Inc.	Halla Pulp & Paper	\$ 223	Cash
Oct-97	Domtar Inc.	Cascades	420	Cash
Sep-97	Sappi	KNP Leykram	1,312	Combo
Aug-97	Durango	McKinley	70	Cash
Jul-97	Consolidated Papers	Repap USA	660	Cash
May-97	James River Corp.	Fort Howard Corp.	5,682	Stock
Feb-97	Abitibi-Price	Stone Consolidated	2,327	Stock
1996 Selected Acquisitions				
Dec-96	Rock-Tenn Co.	Waldorf Corp.	\$264	Cash
Oct-96	Mead	Boise Cascade (coated paper)	640	Cash
May-96	Repola Oy	Kymmene Oy	10,389	Stock
Mar-96	Clayton, Dublier & Rice	Riverwood	2,436	Combo
Mar-96	International Paper	Federal Paper Board Co.	3,737	Combo
1995 Selected Acquisitions				
Dec-95	Kimberly-Clark	Scott Paper	\$ 6,822	Stock

Fonte: Securities Data Co., as of 30/06/99

Nosso **Suporte** Técnico
antecipa soluções
para **você** não **precisar** de
suporte e **muito menos** de técnico.



SPP-NEMO
DISTRIBUIÇÃO PROFISSIONAL

A **informação**
técnica sobre
produtos e trocas com a
rapidez que SUA
empresa **quer.**



A SPP-NEMO sempre oferece o melhor suporte, com informações técnicas precisas, para ajudar sua empresa a tomar decisões na hora de optar pelo papel mais adequado às suas necessidades.

Assim, você otimiza sua produção, evita gastos e os fracos desempenhos em máquina. E se o produto apresentar qualquer problema de fabricação, poderá ser trocado com rapidez pela própria SPP-NEMO.

Fale com a SPP-NEMO. Nós oferecemos mais que suporte técnico.

Oferecemos tranquilidade.



SUZANO
PAPEL E CELULOSE

Bahia Sul

AGAPRINT

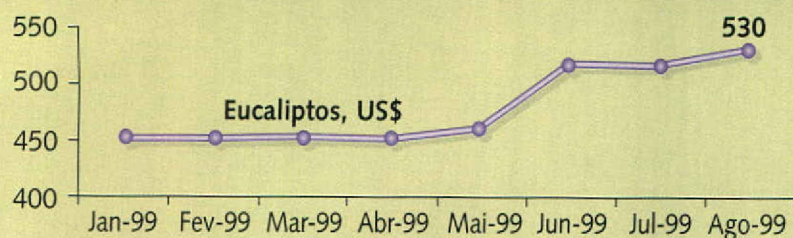
COLACRIL

Arjo Wiggins

SPP-NEMO

DISTRIBUIÇÃO PROFISSIONAL

Gráfico 2 – Preços de Pulp



Margem EBTDA

	Dez-98	Jun-99
Empresa A	36.60%	56.60%
Empresa A	37.90%	47.90%
Empresa A	33.17%	52.00%
Empresa A	19.30%	40.10%

demonstram ser o setor brasileiro de celulose e papel bastante concentrado, ele chamou atenção para o fato dessa característica inibir um processo mais acelerado de fusões e incorporações, a exemplo do que ocorre em outros países.

Além disso, em alguns casos, a estrutura é complexa (pouco transparente), sem foco e sem definição de um *core business*. "Isso dificulta, principalmente, o entendimento do investidor estrangeiro e representa uma grande dificuldade para o setor".

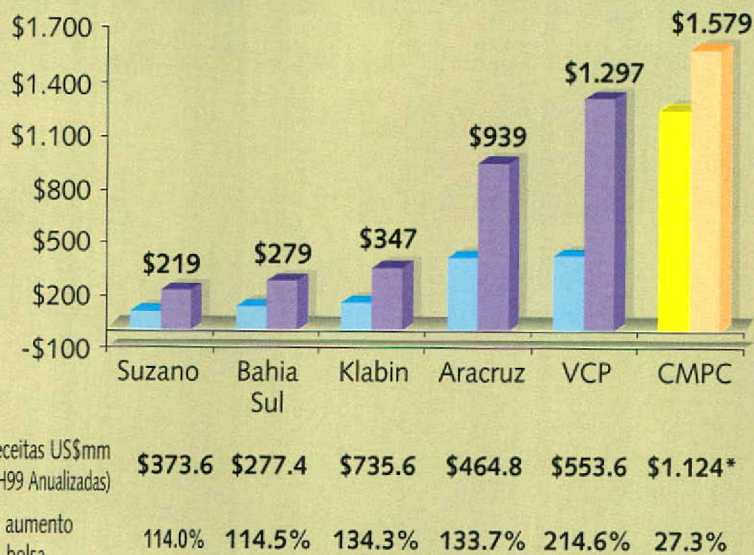
Por outro lado, a desvalorização e o aumento dos preços estão melhorando o desempenho do setor de papel e celulose na América Latina, com reflexos no mercado acionário. "Apesar desse movimento, o mercado financeiro não tem reconhecido o valor das empresas brasileiras", disse Mauritz Folkertz. (Vide gráfico 2 e 3)

Financiando o futuro

Falando sobre o futuro, o conferencista destacou os pontos que considera mais relevantes:

- consolidação se intensificará no curto prazo e *equity* continuará a sustentar a indústria;
- América do Norte e Europa continuarão a dominar os mercados de capitais quanto à liquidez, acessibilidade e eficiência.;
- *deb markets* continuarão dominando os financiamentos para a indústria de *global forest*

Gráfico 3 – Valor de mercado (Dez-98 vs Ago-99)



products no curto e médio prazos;

- bancos comerciais, mercado de capitais, agências de crédito para exportação e outras agências multilaterais continuarão financiando o setor;
- no curto prazo, o financiamento no mercado emergente continuará escasso e caro.
- financiamentos serão

dominados por estruturas de *trade finance*, agências governamentais e suporte dos bancos de desenvolvimento.

A mensagem final de Mauritz Folkertz, analisando as perspectivas de financiamento a médio prazo, é que as empresas brasileiras aprimorem relações com o mercado internacional para conseguir atrair capitais. ■

Mauritz K. Folkertz é Bacharel em Ciências de Administração e Contabilidade, pelo Bentley College – Boston/USA e MBA - Mestrado em Administração de Empresas, pelo IMD – International Management Development Institute – Lausanne/Switzerland. É Vice-Presidente da Associação Alumni IMD/Divisão Brasil. Foi responsável pela abertura e execução de negócios nas principais indústrias de Celulose e Papel, Química e Petroquímica, Mineração, Gás e Óleo, Mídia e Comunicações, Seguros, Varejo e Aço, pelo Banco Patrimônio de Investimentos S.A.; responsável pelo desenvolvimento de negócios na Gemini Consulting; conselheiro da Gerência Senior do Grupo Odebrecht e atualmente é Vice-Presidente da área de Investment Banking do Banco Chase Manhattan S.A.

BNDES alerta: "É preciso continuar *Investindo*"

NNo ano de 1996, o BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social realizou um estudo sobre o Terceiro Ciclo de Investimentos da Indústria Brasileira de Celulose e Papel, publicado na edição nº 77 da Revista ANAVE – NOV/DEZ - 1996, no qual alertava para a necessidade de investimentos da ordem de US\$ 13 bilhões, no período de 1996 a 2005. A não concretização desses projetos, levando em conta projeções de aumento da

demanda, representaria drástico comprometimento ao desempenho do setor, a ponto de ocorrer uma inversão na balança comercial. "Papel e Celulose, que em 1995 havia registrado superávit de US\$ 1,6 bilhões, contabilizaria saldo negativo de US\$ 2 bilhões em 2005", previa o estudo.

Setor precisará
investir
US\$ 5,5 bilhões
até 2005.

Neste 24º Fórum de Análise, o conferencista Antonio Carlos de Vasconcelos Valença, do BNDES, foi convidado a apresentar palestra sobre o tema: "O Futuro do Setor de Papel e Celulose no Brasil". Ele reavaliou estudo elaborado em 1996, tendo em vista o que foi realizado até agora. "Alguns investimentos foram feitos, mas é preciso continuar investindo", disse Valença, que prevê necessidade de se investir US\$ 5,5 bilhões



Tabela 1 – Consumo de papel
Aumento % médio anual

	Anos 90	Até 2005
Europa	1,5	1,5
Am. Norte	2,1	2,1
Ásia/Oceania	5,0	4,3
Am. Latina	5,2	4,3
África	0,8	1,0
Total	3,0	2,8

Tabela 2 – Consumo de papel
milhões toneladas

	1999	2005	%a.a
Embalagem	108	131	3,3
Imprimir e escrever	93	112	3,1
Imprensa	36	38	0,7
Cartões	41	46	1,9
Sanitários	19	24	4,0
Outros	12	14	2,6
Total	309	365	2,8

Tabela 3 – Papel - Capacidade Produtiva
milhões toneladas

	1998	2001	%a.a
Embalagem/Cartões	148	154	1,2
Imprimir e escrever	104	110	1,8
Imprensa	40	41	1,2
Sanitários	20	21	1,6
Outros	21	22	1,2
Total	334	348	1,4

Tabela 4 – 1999 / 2005
Novos projetos de papel no mundo
milhões toneladas adicionais

	1999	até 200?	%a.a
Embalagem	1.3	6.3	0,7
Imprimir e escrever	3.3	13.1	2,1
Imprensa	2.8	5.9	2,7
Cartões	0.5	3.4	1,4
Sanitários	1.0	0.8	1,2
Outros	0.5	1.3	3,2
Total	9.4	30.8	1,6

Tabela 5 – Celulose e pastas
Balço oferta demanda em 2003
milhões toneladas

	Oferta	Demanda	Balço
Fibra longa	18.6	18.3	+0.3
Fibra curta	17.0	17.1	-0.1
Eucalipto	6.5	7.2	-0.7
Outras	6.4	4.7	+1.8
Total	42.0	40.1	+1.9

Tabela 6 – Consumo de papel
Previsões x realidade em 1998
mil toneladas

	(P) 1998	(R) 1998
Embalagem	2.629	2.509
Imprimir e escrever	1.394	1.456
Imprensa	789	658
Cartões	624	895
Sanitários	550	553
Outros	243	205
Total	6.229	6.276

até o ano 2005, para que o Brasil assegure o suprimento da demanda interna e mantenha a posição de exportador.

Consumo e oferta de papel

Avaliando as perspectivas de aumento de consumo de papel no mundo, Valença prevê evolução de 2,8% ao ano até 2005.

É uma previsão um pouco inferior à taxa de crescimento observada de 1996 a 1998 (3%); segundo Valença, essa diferença está relacionada à crise na Ásia. Analisando o comportamento dos

diversos tipos de papéis, ele destaca que o consumo de papel imprensa vem diminuindo ano a ano e com a recente mudança no formato dos jornais, estima redução de 5 a 6 % do consumo

A capacidade produtiva deverá evoluir 1,4% ao ano, índice que, comparado com a evolução de demanda prevista (2,8%), evidencia déficit de oferta em papel. (Vide Tabelas 1, 2, 3 e 4)

Celulose

Analisando as perspectivas de oferta e demanda de celulose, o conferencista observa tendência

Tabela 7 – Papel - Projeção de consumo <i>mil toneladas</i>			
	1999	2005	%a.a
Embalagem	2.610	3.303	4,0
Imprimir e escrever	1.485	1.773	2,9
Imprensa	624	703	1,0
Cartões	913	1.155	3,7
Sanitários	556	664	2,6
Outros	211	252	3,0
Total	6.399	7.850	3,2

Tabela 8 – Papel - Projeção de produção <i>mil toneladas</i>			
	1999	2005	%a.a
Embalagem	2.866	3.622	4,0
Imprimir e escrever	2.078	2.444	2,7
Imprensa	252	292	2,5
Cartões	929	1.175	4,0
Sanitários	576	680	2,8
Outros	152	180	2,9
Total	6.854	8.403	3,5

Tabela 9 – Papel - Projeção das exportações <i>mil toneladas</i>			
	1999	2005	%a.a
Embalagem	262	326	3,7
Imprimir e escrever	748	856	2,3
Imprensa	16	17	1,0
Cartões	68	78	2,3
Sanitários	20	28	5,8
Outros	43	54	3,9
Total	1.157	1.358	2,7

Tabela 10 – Acréscimos necessários à produção de papel – 1999/2005 <i>mil toneladas</i>	
Embalagem	882
Imprimir e escrever	486
Imprensa	19
Cartões	283
Sanitários	116
Outros	28
Total	1.814

de falta de fibra curta e déficit ainda mais acentuado de fibra de eucalipto. (Vide Tabela 4)

A situação brasileira

O consumo aparente de papel no Brasil, no período de 1990 a 1998, registrou taxa média anual de evolução de 5,6%.

Estabelecendo-se um parâmetro entre o estudo realizado pelo BNDES em 1996, citado no início do artigo, e a realidade em 1998 nota-se a confirmação dos níveis projetados. (Vide Tabela 5)

Tendo em vista que, no período de 1996 a 1998, o setor de celulose e papel investiu US\$ 3 bilhões em aumento da capacidade produtiva e também visando diminuição de custos, o BNDES preparou novas projeções. “Em 2005, o Brasil deverá estar consumindo 7.850 de milhões toneladas de papel. Desta forma, para continuar atendendo ao mercado interno e mantendo os atuais níveis de exportação, será preciso que a produção evolua 3,5% ao ano, alcançando-se, em 2005, 8.403 milhões de toneladas dos diversos tipos de papéis. (Vide Tabelas 6, 7, 8 e 9)

Acréscimos necessários no período de 1999/2005

Valença apresentou detalhadamente as necessidades de acréscimo à produção de papel, celulose/pastas e expansão florestal, chegando à cifra de US\$ 5,5 bilhões de investimentos. (Vide Tabelas 10, 11, 12 e 13)

Tendências e perspectivas

O conferencista explicou que os processos de globalização e consolidação da indústria de celulose e papel prosseguirão, seguindo uma tendência mundial de formação de empresas de maior porte.

A produção de fibras deverá se concentrar no hemisfério sul, segundo a visão de Valença; ele arrisca prever que em 2005 a produção de fibra curta superará a de fibra longa.

Prosseguindo com a análise das tendências e perspectivas, observou que a produção asiática superará as da Europa e América do Norte,

Refinador TriConic® Pilão. A Tecnologia do Próximo Milênio.



O novo Refinador TriConic® Pilão possui cônicos com ampla área de refino, construção compacta e baixo nível de ruído. Os refinadores TriConic®, em operação, proporcionaram maior capacidade de produção,

tratamento suave, sem danificar as fibras e, principalmente, grande redução do consumo de energia elétrica.

Refinador TriConic®, A tecnologia Pilão fazendo melhor o seu papel.

TriConic

Y2K

PILÃO

Fone: (011) 6966.6700 • Fax: (011) 6966.4768 • E-mail: pilao@sti.com.br • Site: www.pilao.com.br

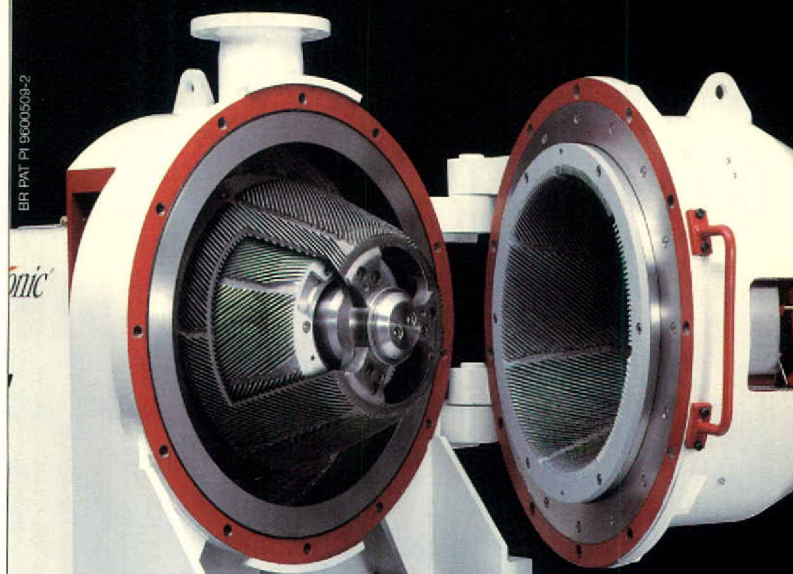


Tabela 11 – Acréscimos necessários à produção de celulose e pastas – 1999/2005
mil toneladas

Fibra longa	385
Fibra curta	542
Pastas	69
Fibra reciclada	648
Total	1.644

Tabela 12 – Acréscimos necessários à área florestal – 1999/2005
mil toneladas

Fibra longa	52.4
Fibra curta	46.1
Pastas	4.7
Total	103.2

Tabela 13 – Investimentos necessários Brasil – 1999/2005
US\$ milhões

Papel	1.854
Celulose e pastas	3.391
Reflorestamento	196
Terras	90
Total	5.521

sendo que a China liderará o ranking da produção e do consumo na Ásia.

Finalizando a apresentação, Valença observou: "Em 2003 faltará eucalipto." ■

José Antonio de Valença Vasconcelos é engenheiro. Há 26 anos, atua no BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social, sendo os últimos dez dedicados ao setor de papel e celulose.



CIA. INDÚSTRIA E
COMÉRCIO DE PAPEL

Os melhores
papéis para
as melhores
impressões

Papéis imunes
nacionais e importados

Champion,
Pisa, Klabin,
VCP e Ripasa

Abitibi-Consolidated,
UPM-Kymmene,
Forest Alliance:
Metsä-Serla e
Myllykoski

Fusões e Aquisições

O Processo de Consolidação Industrial



O conferencista Carlos Alberto Farinha e Silva, da Jaakko Pöyry, falou sobre o tema

“Fusões e Aquisições na Indústria Papeleira Mundial”. Ele demonstrou que os principais produtores mundiais dobraram a capacidade de produção nos últimos 20 anos, enquanto que tem diminuído a participação dos fabricantes sul-americanos em âmbito global. “A posição de liderança dos produtores brasileiros de celulose fibra curta de mercado tem sido desafiada por novos fabricantes, principalmente da

“A geração de valor é a principal razão para a consolidação”

Indonésia”, informou Farinha.

Ele destacou muitos aspectos importantes e, ao final da apresentação, recomendou a melhor compreensão de alguns conceitos que classificou como “paradigmas”. Por exemplo: “A geração de valor e o crescimento são incompatíveis.” Na visão do conferencista, o importante é uma gestão corporativa eficaz”. Segundo ele, estatísticas mostram que, nos Estados Unidos, as empresas geradoras de valor cresceram significativamente mais rápido do que as empresas “destruidoras” de valor. Outro ponto mencionado por Farinha foi: “grandes investimentos em economia de escala sempre criam valor”; ele explicou que “a viabilidade de investimentos em grandes instalações tem de ser analisada com cuidado redobrado. O crescimento da

intensidade de capital não tem sido acompanhado por crescimento proporcional de margens ou preços. A oportunidade de uma grande expansão com economia de escala tanto pode mostrar-se estrategicamente importante para a empresa como pode baixar significativamente o giro do capital empregado e resultar em destruição de valor; as diferenças de caso para caso podem ser enormes”. E raciocinando sobre a correta compreensão do impacto das fusões e incorporações nas decisões dos empreendedores, citou outro entendimento que considera equivocado: “Comprar é sempre melhor do que construir”. Ele esclareceu que “aquisição ou expansão não influenciam por si só a geração ou a destruição de valor da empresa. O importante – reafirmou – é a eficiência dos investimentos realizados sob a perspectiva de desenvolvimento da organização.”

Já a concepção de que o tamanho da companhia é muito importante, no ponto de vista de Farinha, é apenas “parcialmente verdadeira”. Ele observa que estatisticamente, as maiores empresas

do setor não têm apresentado a melhor rentabilidade. “É óbvio que essas companhias influenciam a média do setor, por exemplo, em se tratando de formação de preços; porém, algumas empresas de menor porte têm consistentemente conseguido resultados melhores do que a média do setor ou a média das maiores empresas.

Farinha esclareceu também que a fatia de participação no mercado é importante, pois influencia o desempenho operacional.

Geração de valor

A geração de valor é causa fundamental da busca de consolidação e o conferencista chamou atenção para o fato da volatilidade desse aspecto na indústria papelreira. (Vide gráficos 1 e 2)

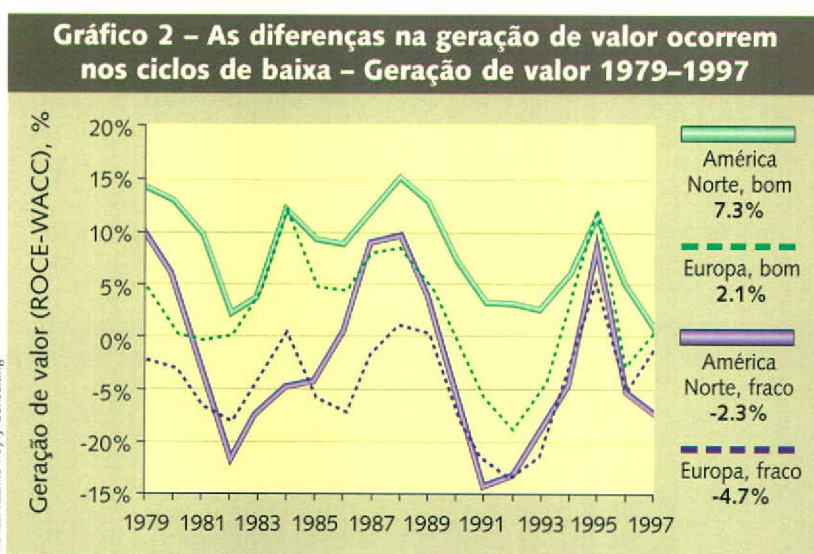
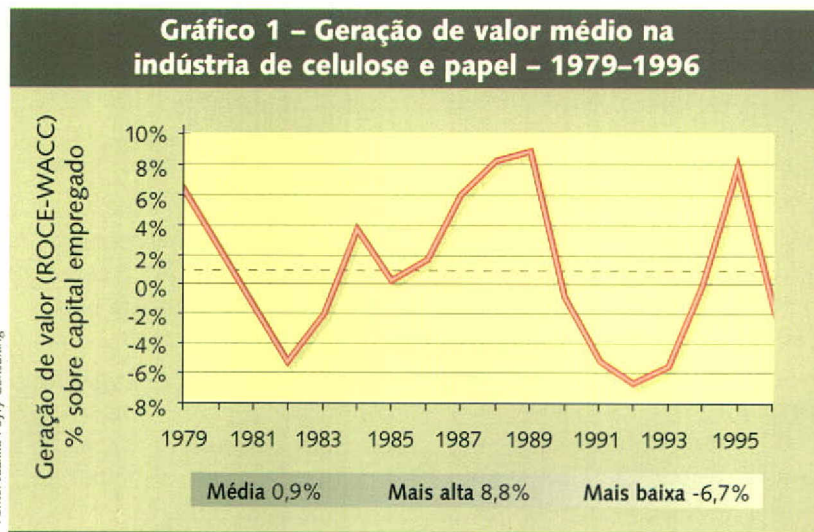
Na AMÉRICA DO NORTE, a principal razão para a geração de valor tem sido a melhor rentabilidade traduzida por maior EBIT (*Earnings Before Interest and Taxes*). Esta melhor taxa de rentabilidade resulta de melhores margens operacionais, combinadas com melhor foco na gama de produtos, maiores taxas de participação no mercado e uma política de investimentos apertada.

Já, na EUROPA, o menor giro de capital que resultou de grandes investimentos em equipamento, em épocas desfavoráveis, acabou causando destruição de valor.

As empresas geradoras de valor têm sido aquelas que investiram de maneira eficiente e com foco na sua linha de produtos-chave.

O processo de consolidação

A globalização tem como conseqüência o processo de consolidação. Para se ter uma idéia, “a taxa expansão do comércio mundial, que é de 6% ao ano, tem superado muito a expansão



econômica mundial, que contabiliza 3% ao ano”; e esse é apenas um dos indicadores dessa situação.

Essa realidade envolve uma série de outros aspectos e afeta o

comércio de todos os produtos, inclusive papel. Note-se que o crescimento da comercialização de papel no período de 1980 comparado a 1996 supera a produção. (Vide gráfico 3)

Sendo a globalização irreversível, o conferencista aposta na continuidade do processo de consolidação das empresas que integram o setor de celulose e papel; e observa que "como ainda existe grande capacidade para a reformulação da indústria, novos nomes certamente surgirão." Assim, é fundamental acompanhar atentamente o desempenho de concorrentes internacionais.

Dentre os fatores que estão levando os setores industriais a buscar a consolidação, Farinha destaca:

- busca de melhor lucratividade;
 - vantagens da verticalização;
 - benefícios da expansão geográfica;
 - benefícios de novos produtos;
 - dinâmica do ciclo de negócios;
 - melhor desempenho nas Bolsas.
- Esclarecendo que o processo

Em 1998, as dez maiores companhias da América do Sul detinham cerca de 38% da produção e as 20 maiores 54%.

de consolidação prossegue, porém, que diferentes áreas se encontram em diferentes estágios de evolução, o conferencista destacou como esse mecanismo está sendo conduzido em diversos continentes e países, concluindo que "em âmbito mundial, as 10 maiores companhias foram responsáveis por cerca de 23% da capacidade global, sendo que as 20 maiores respondem por cerca de 35% da produção."

Na América do Sul, Brasil e Chile são os dois países que possuem uma indústria forte estabelecida. A Argentina encontra-se em fase de transição, sendo importante o papel lá desempe-

nhado por fortes companhias estrangeiras.

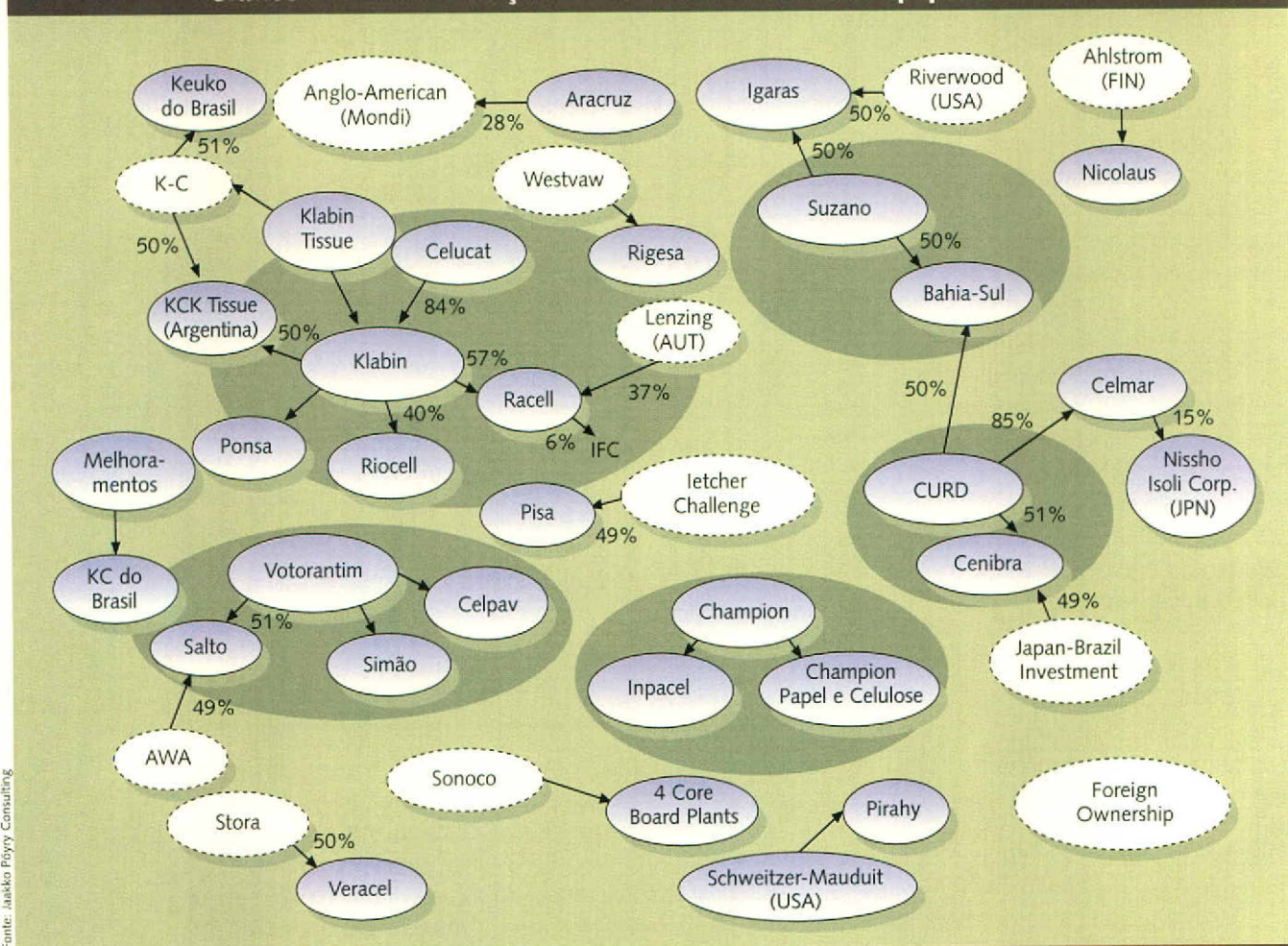
No ponto de vista de Farinha, nota-se que no Brasil alguns grupos importantes apresentam balanços fracos e "espera-se que o processo de consolidação venha a ocorrer tanto no âmbito interno, quanto com a participação de capital estrangeiro".

Finalizando, o conferencista mostrou que, após se atingir um certo grau de consolidação, segue-se a fase de expansão internacional. (Vide gráfico 4) ■

Carlos Alberto Farinha e Silva

atuou em várias empresas tais como: Portucel e Companhia de Celulose do Ultramar Português. Atualmente é responsável pela área de produtos de Base Florestal e Estudos Econômicos na Jaakko Pöyry Engenharia Ltda.

Gráfico 4 – Reestruturação da indústria de celulose e papel no Brasil



Fonte: Jaakko Pöyry Consulting



Criando Novos Padrões

A Maersk sempre fornece um serviço rápido e confiável.
Maersk Line - seu parceiro logístico.



	FONE:	FAX:	E-MAIL:
Rio de Janeiro	21 557 7584	21 285 6149	riosalex@maersk.com
São Paulo	11 5505 5777	11 5507 2027	sposalex@maersk.com
Santos	0800 556600	13 222 6422	sszbok@maersk.com
Curitiba	41 232 0608	41 224 0850	dwqsalex@maersk.com
Novo Hamburgo	51 593 5388	51 594 4643	nvmsalex@maersk.com
Salvador	71 241 8101	41 241 1017	ssasal@maersk.com
Fortaleza	85 219 2126	85 219 2129	ftzmla@maersk.com

Atendimento ao cliente, reserva de carga e informações sobre navios

0800 55 6600

E-mail: sszbok@maersk.com





O Futuro

é promisso

“Análise e Tendência das Exportações no Brasil” foi o tema da palestra apresentada por Roberto Giannetti da Fonseca, da Silex Trading.

Ele mostrou-se otimista em relação ao futuro do setor de celulose e papel, destacando aspectos sinalizadores de perspectivas favoráveis.

No período de 1999 a 2005 ele prevê:

- retomada da demanda na Ásia, Estados Unidos, América Latina;
- recuperação do crescimento econômico brasileiro;
- aumento das exportações, com equilíbrio externo do câmbio flutuante e melhora da rentabilidade do setor exportador, inclusive com implementação do Programa Especial de Exportação;
- racionalização industrial - fusões e incorporações, eficiência logística, etc.;
- recuperação dos preços da celulose e do papel.

“O Estado se tornou sócio cativo de um terço do faturamento das empresas”

Ao iniciar a palestra, ele transmitiu a visão dos profissionais que atuam em comércio exterior em relação a papel e celulose, destacando a “notável” performance do setor, considerado “exemplo de sucesso e de vantagem competitiva”.

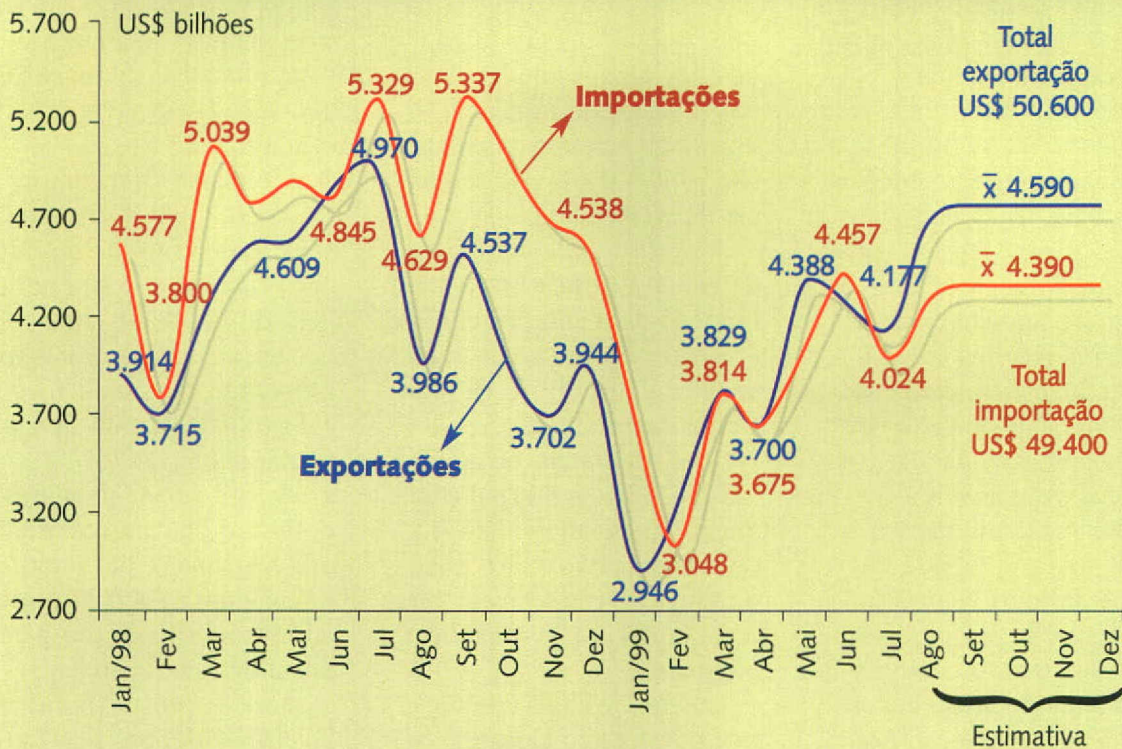
Giannetti, entretanto, fez questão de ressaltar que, embora apresentando vantagens competitivas relevantes, o setor de celulose e papel enfrenta as dificuldades inerentes a aspectos macro conjunturais internos e externos. O custo interno do capital, por exemplo, coloca o Brasil em desvantagem em relação a concorrentes internacionais;

não obstante, “o consumo brasileiro de papel, que tem forte correlação com a renda *per capita* evoluiu, no período de 85/95, 4,2% ao ano”, disse ele.

Nesse contexto, o conferencista explanou mais detalhadamente as dificuldades conjunturais e estruturais da economia brasileira.

“O industrial brasileiro é encarado como muito eficiente até o momento em que seu produto chega à porta da fábrica; desse ponto em diante, ele perde competitividade”, disse ele, explicando que não é para menos, haja vista que nos últimos 10 anos ocorreu a deterioração do

Evolução das importações e das exportações Janeiro 1998 – Dezembro 1999



Fonte: Bacem até Dez/98 – Elaboração e estimativa: BIV Brasil

AMIGO LEITOR

Se você deseja continuar recebendo a **Revista Anave**, preencha o cupom impresso no verso e envie para:



Anave

Rua Oliveira Peixoto nº 165
 São Paulo – SP – CEP 01530-040
 Fone/Fax: (0XX11) 3341-0150 - 279-7908/279-8570
 e-mail anaveassoc@uol.com.br

setor público brasileiro, interferindo nos aspectos de infraestrutura básicos: portos, estradas, energia, telecomunicações e prejudicando o desempenho industrial. Giannetti observa que com a privatização esses problemas começam a ser superados, mas "nada acontece em um passe de mágica".

O conferencista defende também a reforma tributária e do Estado, salientando os altos impostos que não têm como contrapartida serviços públicos compatíveis.

Demonstrando preocupação com as dificuldades conjunturais do Plano Real, ele cita que se por um lado o Plano Real proporcionou estabilidade monetária e aumentou a renda disponível nos

anos 94 e 95, por outro trouxe "a combinação perversa de juros altos, com sobrevalorização cambial". Dessa forma, deterioraram-se fundamentos básicos da economia brasileira, gerando-se elevadíssimo custo social para benefício da estabilidade.

É notório o desequilíbrio da Balança Comercial, a deterioração das contas públicas e do setor produtivo nacional, penalizado por juros elevados e crise do crédito. Essas adversidades resultaram no alto índice de desemprego e consequente queda de renda e do poder aquisitivo. "Fica essa sensação de crise social", disse o conferencista. (Vide tabela página 61)

O setor de papel e celulose teve sua situação agravada

porque associou a essas circunstâncias um ciclo desfavorável do mercado mundial, com a crise asiática e a estagnação da Comunidade Econômica Europeia e do Japão, "que se recusam a crescer".

Na análise de Roberto Giannetti, apesar de todo o cenário descrito, há boas perspectivas para o Brasil, no período de 1999 a 2005.

Declarando-se otimista moderado, finalizou a palestra registrando que, particularmente o setor de papel e celulose apresenta grande potencial de crescimento, principalmente porque o Brasil é um país emergente e há indicadores de recuperação dos preços a patamares capazes de proporcionar lucratividade. ■

FICHA CADASTRAL

Nome: _____ Data Nasc.: _____

Empresa: _____ Cargo: _____

Ramo de Atividade: _____

End. Comercial: _____

Cidade: _____ Estado: _____ CEP: _____

Fone Coml.: _____ Fax: _____ e-mail: _____

End. Residencial: _____

Cidade: _____ Estado: _____ CEP: _____

Fone Residencial.: _____

Enviar Correspondências para: () End. Coml. () End. Res

AGORA VOCÊ VAI CONHECER UM DOS PAPÉIS MAIS IMPORTANTES DA BAHIA SUL.



é escola • hospital • escola de 1º e 2º grau • associação comunitária

A Bahia Sul sempre teve orgulho de seus produtos.

Hoje, na condição de modelo na gestão ambiental, tendo sido a primeira empresa do mundo a receber o certificado ISO 14001 no setor de papel e celulose, a Bahia Sul também destaca-se pela sua contribuição social.

Atuando com responsabilidade social, vem promovendo e apoiando projetos nas áreas de saúde, educação, saneamento, transporte, lazer e comunicação.

São escolas, hospitais, instituições comunitárias e outros projetos, que vêm contribuindo para o crescimento do sul da Bahia.

A Bahia Sul participa do desenvolvimento sustentado da região, acreditando que o seu sucesso empresarial está ligado ao próprio desenvolvimento da comunidade.



Bahia Sul



Qualidade Mundial em Celulose e Papel

www.bahiasul.com.br



Neste espaço, alguns flashes do

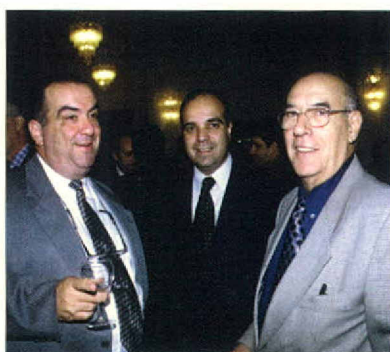
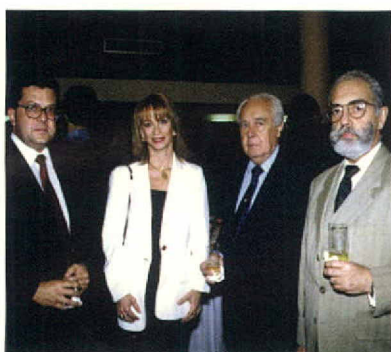
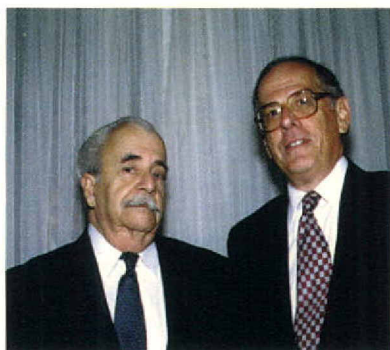
24º Fórum de Análise



Consolidado como o mais importante evento de análise e debates das tendências do setor de celulose e papel, o FÓRUM da ANAVE tem, a cada ano, maior repercussão, atraindo dirigentes empresariais, profissionais ligados à industrialização e comercialização, analistas de mercado e muitas outras pessoas interessadas em saber mais sobre as perspectivas setoriais.

Ao final de cada dia de trabalho, esses participantes reuniram-se no coquetel de conagração, para troca de idéias.





**Leia na
próxima
edição**

**Imprimir e
Escrever**
Mercado
atual e
futuro

**Direct
to Plate**
Tecnologia
racionaliza
processo de
impressão

**O Brasil e
a Convenção
do Clima**

**Cartão para
embalar
Congelados**

Diretoria Executiva

DIRETORIA EXECUTIVA

PRESIDENTE

Cláudio Henrique Pires
Atual Formulários e Impressos Ltda.

VICE-PRESIDENTE

Marco Antônio Luiz Miranda Bodini
Pisa Papel de Imprensa Ltda.

DIRETOR SECRETÁRIO

Arthur Gonoretzky
Branac Papel e Celulose S.A.

DIRETOR TESOUREIRO

Joviano Felice

DIRETOR CULTURAL

José Gertrudes Soares
Ripasa S/A. Celulose e Papel

DIRETOR DE DIVULGAÇÃO

Claudio Vieira de Sousa
Paulo Vieira Repres. S/C. Ltda. /
Riocell S.A.

DIRETORA SOCIAL

Marta Maria Boni
Paper Trade Com. Internacional Ltda.

DIRETOR DE PATRIMÔNIO

Luiz Machado
Cia. Suzano de Papel e Celulose S/A.

SÓCIOS BENEMÉRITOS

Alberto Fabiano Pires
Jahir de Castro
José Tayar
Silvio Gonçalves

SÓCIOS EMÉRITOS

Abrahão Zarzur
Aldo Sani
Alfredo Claudio Lobl
Angela Regina Pires Macedo
Anís Alberto Aidar
Archivaldo Reche
Celso Edmundo Bochetti Foelkel
Dante E. Ramenzoni
Gastão Estevão Campanaro
Jamil Nicolau Aun
José Carlos Bim Rossi
José Gonçalves
Leon Feffer †
Luiz Chaloub
Martti Kristian Soisalo
Max Feffer
Milton Pilão
Osmar Elias Zogbi
Raul Calfat
Roberto Barreto Leonardos
Ruy Haidar

CONSELHEIROS VITALÍCIOS

Adhemur Pilar Filho
Apiflex Embalagens Ltda.
Alberto Fabiano Pires
APR - Assessoria Plan. e Com. Ltda.
Antonio Pulchinelli
Nobrecel S.A. Celulose e Papel
Antonio Roberto Lemos de Almeida
Indústria de Papel Goiás Ltda.
Armando Mellagi
Representações Mellagi Ltda.
Caetano Labbate
Ciro Torcinelli Toledo †
Clayrton Sanchez
Clasan Papéis Ltda.
Fernando Manrique Garcia
Bahia Sul Celulose S.A.
Francisco Silveira Prado
Loé Cabral Velho Feijó
Marco Antonio P. R. Novaes
Agassete Com. e Ind. Ltda.
Neuvir Colombo Martini
N.N.D. Com. Ind. Artefatos
de Papel Ltda.
Oreste Oswaldo Bonfante †
Ovídio Pimentel de Lima †
Paulo Vieira de Sousa
Paulo Vieira Repres. S/C. Ltda./
Riocell S/A
Roberto Barreto Leonardos
RBL - Engenharia e Comércio Ltda.
Sergio Paschoal Aun †
Silvio Gonçalves
Envelobrás Envelopes Ltda.
Vicente Amato Sobrinho

CONSELHO DELIBERATIVO

PRESIDENTE
Miguel Cozzubo Neto
Cozzubo Com. e Repres. Ltda.

VICE-PRESIDENTE

Cesar Magno P. Ribeiro
Inds. de Papel R. Ramenzoni S.A.

SECRETÁRIO

Fernando Franzoni
Resmapel Conv. e Com. de Papel Ltda.

CONSELHEIROS

Agenor Gonzaga Cesar
AGC Comercial e Representações Ltda.
Conceição Aparecida Campos
Edemir Facetto
Papyrus Indústria de Papel Ltda.
Fábio Luiz Barros Carvalho
Bahia Sul Celulose S/A.
George Ribeiro Correia Lima
Thagex Comércio Exterior Ltda.
José Tayar
Celulose Irani S/A.

Marcos Salerno

Salerno Representações Ltda. - VCP
Mario Aparecido Spera
Representações Spera S/C Ltda.
Maurício Carlos Alarcão
Cia. Suzano de Papel e Celulose
Oswaldo Ferrari
Papéis e Papelaria
"O Grande de São Paulo"
Paschoal Spera
Representações Spera S/C Ltda.
Paulo Ribeiro da Cruz Moura
SAMAB - Cia. Ind. e Com. de Papel
Rogério Tadeu Sampaio Pinheiro
Pinhopel Com. e Distribuidora
de Papéis Ltda.
Sérgio Lima Pivello
Brasilcote Ind. de Papéis Ltda.
Sidney Morais
Arapoti Representações S/C Ltda.
Werner Klaus Bross
Bahia Sul Celulose S.A.

SÓCIOS PATROCINADORES

- Bahia Sul Celulose S/A
- Celucat S/A
- Celulose Irani S/A.
- Champion Papel e Celulose Ltda.
- Cia. Suzano de Papel e Celulose
- Fornecedora de Papel Forpal S/A
- Klabin Fabricadora de
Papel e Celulose S/A
- Nobrecel S.A. Celulose e Papel
- Papyrus Indústria de Papel S/A
- Pisa Papel de Imprensa S/A
- Plexpel Com. e Ind. de
Papel Ltda.
- Ripasa S/A. Celulose e Papel
- SPP Agaprint Ltda. Incl.
Coml. Exportadora
- Votorantim Celulose e Papel - VCP

SÓCIOS COLABORADORES

- Agassete Com. e Ind. Ltda.
- Cia. Industrial de Papéis Pirahy
- Indústria de Papel Gordinho
Braune Ltda.

SÓCIOS INCENTIVADORES

- Avery Dennison do Brasil Ltda.
- INPACEL - Ind. de Papel
Arapoti S/A
- Labate Comércio de Papéis Ltda.
- MD Papéis Ltda.
- Pilão S/A Máquinas e
Equipamentos
- Planalto Indústria de
Artefatos de Papel
- S. Magalhães S.A. Desp.
Serv. Mar. Arm. Gerais
- Wellmax Comércio
Internacional Ltda.

EXISTEM DUAS
CATEGORIAS DE EMPRESAS:
AS QUE ABREM CAMINHOS,
E AS QUE SEGUEM CAMINHOS.



Antecipar o futuro sempre foi a vocação da Suzano. O resultado são soluções inovadoras e de alta qualidade, tais como o pioneirismo em extrair celulose do eucalipto, lançar o papel Report para imprimir e escrever, o Alta Alvura para impressos em geral, o Couché Matte para impressos especiais, o papelcartão Supremo para embalagens, o Film Coating para materiais promocionais, entre tantos outros, que fazem da Suzano a empresa com a mais completa linha do mercado.

Tudo desenvolvido por nossa equipe formada por cerca de 5.000 profissionais, a partir de florestas 100% plantadas e de acordo com normas internacionais de proteção ao meio ambiente. Isto porque nosso papel é abrir caminhos, com total respeito ao consumidor e à natureza.



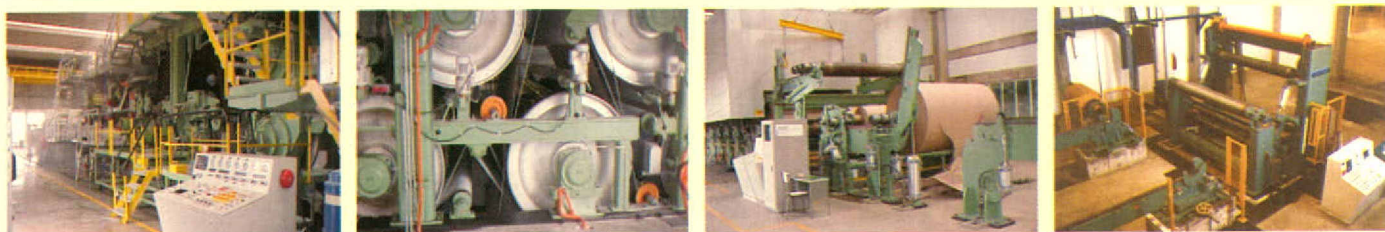
SUZANO
PAPEL E CELULOSE

www.suzano.com.br



**Por trás de uma boa impressão,
sempre tem um bom papel. Por trás de um bom papel,
sempre tem a tecnologia Voith Sulzer.**

O FOTOBASTI



A Voith Sulzer é uma empresa reconhecida mundialmente porque fornece a tecnologia utilizada por grande parte dos fabricantes de papéis em todo o mundo. Uma tecnologia que proporciona a melhor relação custo/benefício do mercado mundial e que hoje é responsável direta por mais de 1/3 de toda sua produção. Na hora de escolher as máquinas e equipamentos ideais para sua empresa, escolha a tecnologia que está causando a melhor impressão no mundo: a tecnologia Voith Sulzer.

Voith S. A. Máquinas e Equipamentos
Rua Friedrich von Voith, 825
02995-000 São Paulo SP
Tel.(011) 840-4869 Fax (011) 840-4841

VOITH SULZER
P A P E R T E C H N O L O G Y