

anave



negócios em Celulose, Papel e Áreas Afins

**Perspectivas de
expansão & tendências
do mercado**

**Fatores
determinantes para
o crescimento**

OS DESAFIOS DO SETOR
**Grandes investimentos
e novos mercados**

Kromma

Uma revolução para revistas de média e grande tiragem

KROMMA

ESTE PAPEL FAZ
O MIOLO DA REVISTA
SER TÃO BONITO
QUANTO A CAPA

EVOLUÇÃO

MAIS LEVE, COM
UMA QUALIDADE
NUNCA VISTA
EM GRAMATURAS
75, 80 e 90 g/m²

ECONOMIA

NA ARMAZENAGEM
NO TRANSPORTE
E NA POSTAGEM

BRILHO

NA VERSÃO GLOSS
O MÁXIMO DE BRILHO,
E NA VERSÃO SILK
O BRILHO AGRADÁVEL
À LEITURA



Esta revista foi impressa em papel Kromma Silk 90 g/m² da Ripasa.

Kromma
O novo papel da comunicação

O tempo passa inexoravelmente...

Gracia Martin - Diretora

Na correria do dia-a-dia, o volume de trabalho, sempre crescente, está cada vez mais em descompasso com o tempo. Imagine, então, deixar tudo: reuniões, decisões, e-mails, a lista de ligações urgentes que nunca sai do nosso campo de visão...

Dedicação, doação, paixão. Movidos por esses sentimentos, profissionais, executivos e empresários, se afastaram um pouquinho de suas rotinas e organizaram mais uma edição de sucesso do Fórum Anave, um dos eventos mais importantes do calendário do setor de celulose e papel.

Com programação ampla, que permitiu um olhar diferente sobre os acontecimentos mais importantes no mercado de celulose e papel, no Brasil e no mundo, o Fórum Anave'2004 chegou em sua 29ª edição, com objetivo cumprido: propiciar espaço para discussões e ações comprometidas com o crescimento do setor, consolidando conhecimento, estimulando a comunicação e interagindo com toda a cadeia produtiva, da floresta à gráfica.

Assim como o setor, o Fórum ANAVE passa por sucessivas etapas de evolução. Neste ano, o evento trouxe, pela primeira vez, um consultor internacional da área de papel e celulose de uma das mais renomadas agências de informação setorial, a RISI. A iniciativa, que valoriza a informação global, é mais uma estratégia no sentido de encurtar distâncias entre o associado da ANAVE e as diversas realidades de mercado dentro e fora do País.

A sensação de dever cumprido é efêmera; a ANAVE já está às voltas com outro evento importante, o Prêmio Vendedor do Ano e com várias outras ações. Novamente, os sentimentos de dedicação, doação e paixão nos estimulam a fazer melhor; e fazer melhor significa tratar com seriedade, transparência, criatividade e ousadia os assuntos do setor que, embora tenha vantagens comparativas, competitividade e eficiência reconhecidos, tem muitos desafios pela frente, inclusive no tocante a relacionamento. No Fórum, ficou claramente evidenciado que o setor deve continuar buscando alternativas para também se comunicar de forma competente com a sociedade. Trabalhar contra a desinformação é sem dúvida um enorme desafio. Mas foram exatamente os grandes desafios que fizeram do setor o que ele é hoje, competitivo, pujante e inovador.

Esta edição da Revista ANAVE é totalmente dedicada aos assuntos abordados no Fórum ANAVE'2004; mais que um registro, as matérias constituem fontes de consultas e referência para a tomada de decisões.

Boa leitura!



setembro/outubro • 2004

índice

03 Editorial

O tempo passa inexoravelmente...

04 Palavra do Presidente

Por mais união

06 Cartas

Nossos Leitores: suas Idéias e Sugestões

08 Mix

Novidades no Mundo do Papel

16 29º Fórum

Ampla revisão de conceitos

22 Globalização

Em 2005, Recuperação

26 Expansão

O necessário crescimento

28 Embalagem

A partir de 2004, retomada

32 Eficiência

Ruptura tecnológica

34 Recursos

Questões estratégicas

36 Sustentabilidade

Como não comprometer o futuro

38 Imprimir e escrever

Crescimento do consumo nas regiões em desenvolvimento

42 Mercado

Um setor em evolução

44 Papéis especiais

Demanda supera a produção

46 Setor gráfico

Como ampliar as exportações

47 Social

Confraternização e novas idéias

49 Diretoria

50 Eventos

Os trabalhos apresentados na **Sessão IV - A META É EFICIÊNCIA** serão publicados na próxima edição.

índice de anunciantes

International	Rilisa	15
Paper	Ripasa	02
Klabin	Suzano	11
MD Papéis.....	VCP.....	05
Repres. Spera	Voith	52
Resmapel.....		



Por mais união

O setor de papel e celulose do Brasil passa por um momento muito promissor. A capacidade produtiva das indústrias brasileiras dará um salto até o final da década. Nesse processo, não obstante a competência dos empreendedores do setor e as vantagens competitivas do "santo eucalipto" - como se referiu o conferencista Paulo Petterle à nossa principal fonte de matéria-prima, no Fórum Anave'2004 - há desafios a superar.

A demanda por celulose e papel continuará em evolução, mas alguns fatores farão grande diferença no tocante à

competitividade: recursos humanos, gestão eficaz, tecnologia de informação, sustentabilidade e responsabilidade social. Sobre todos esses aspectos aprendemos muito durante o Fórum Anave'2004, que está reportado nesta edição especial da REVISTA ANAVE, órgão oficial de divulgação de nossa Associação.

A ANAVE está entrando em uma nova fase. Precisamos nos unir, entidades representativas do setor, lideranças empresariais de todos os elos que compõem a cadeia, para convergir esforços visando manter o ritmo de expansão; há um trabalho amplo de consolidação da imagem do setor, que envolve a sociedade como um todo e, esse é um dos mais críticos desafios do momento atual.

A ANAVE levanta essa bandeira por ser a entidade que mais diretamente está voltada para o mercado. Nosso foco são indústrias, distribuidores, revendedores, gráficos, convertedores, papelarias, grandes redes de varejo, consumidores intermediários e finais.

Para transformar o conceito de união em realidade, estamos mantendo entendimentos com entidades representativas do setor e com as lideranças empresariais.

Cada vez mais, temos plena convicção de que a união de forças é o melhor caminho.

Fernando Franzoni
Presidente da
Diretoria Executiva



A preservação do meio ambiente é uma atitude cultivada pela VCP.

Preservar o meio ambiente é um dos principais compromissos da Votorantim Celulose e Papel com a sociedade. Prova disso, que em suas florestas um terço da área é dedicado à conservação – percentual que vai muito além do que a legislação exige. Cultiva e planta 5 milhões de mudas nativas todos os anos, sendo hoje uma das maiores reflorestadoras de mata

nativa do Brasil. E em suas fábricas e florestas são utilizadas as melhores tecnologias de produção e de controle ambiental do mundo.

Tudo porque a VCP sabe que respeitar o meio ambiente é mais do que uma iniciativa. É um dos papéis mais importantes para quem busca manter intacta a vida, desta e das futuras gerações.

 **Votorantim** | Celulose e Papel

PRESENTE RESPONSÁVEL. FUTURO SUSTENTADO.

www.vcp.com.br

anave

REVISTA ANAVE - NEGÓCIOS EM
CELULOSE, PAPEL E ÁREAS AFINS

Órgão Oficial 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"

CONSELHO EDITORIAL

Presidente:

Fernando Franzoni

Membros:

Miguel Cozzubo Neto, César Magno P. Ribeiro, Cláudio Vieira de Sousa, Marco Antonio Luiz de Miranda Bodini e Oswaldo Ferrari



A REVISTA ANAVE é uma publicação da G. Martin Comunicação Integrada e Editora

Redação, departamento comercial e correspondência: Rua 8 de Dezembro, 16 Guarulhos - SP - CEP 07031-032 Tel/Fax.: (11) 6424-2419

DIRETORA:

Gracia Martin
MTB/SP 14.051
graciamartin@uol.com.br

EDIÇÃO DE TEXTOS:

Eloísa Mara

EDIÇÃO DE ARTE:

Daniela Tutumi

DEPARTAMENTO COMERCIAL:

Emanuel Carvalho
Celular: (11) 9614-2353
E-mail: emanuelmc@directnet.com.br

É proibida a reprodução de quaisquer dos artigos publicados sem prévia autorização. Os conceitos e opiniões apresentados em artigos assinados são de responsabilidade dos autores e não expressam, necessariamente, a opinião da diretoria da ANAVE ou da editora.

Esta revista foi impressa em:
Capa: Papel Couché Image Mate 145 g/m²
Miolo: Papel Couché Kromma Silk 90 g/m²
Fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.



Fonte de Pesquisa

Gostaria de adquirir a edição 114 da revista, pois estou fazendo um projeto na faculdade sobre logística e distribuição de papéis na cidade de Dourados. Essa revista é essencial para o desenvolvimento de meu projeto.

Robson Cley Gomes da Silva

A Musical - Dourados - MS

Cumprimentos

Acuso o recebimento e agradeço gentileza da remessa de exemplar da edição de julho-agosto 2004 da Revista ANAVE, a qual nos causou excelente impressão pela variedade de sua pauta, que nos oferece informações relevantes sobre esse importante setor da economia, e pela alta qualidade de sua produção visual gráfica. Com a maior satisfação, incorporamos o exemplar no acervo da Biblioteca da ABI (Biblioteca Bastos Tigre), que tem especial interesse por publicações periódicas.

Maurício Azedo

Presidente da ABI - Associação Brasileira de Imprensa Rio de Janeiro - RJ

Fórum'2004

Gostaria de cumprimentá-los pelo sucesso do evento realizado de 10 a 12/08/2004, na FIESP, fruto de muito trabalho, dedicação e competência! Eventos como esse realmente agregam valor! Parabéns!

Gabriel José

VCP - Votorantim
Celulose e Papel
São Paulo - SP



Cartas

PIZZA



PUBLICIS SALLES NORTON

Um produto muito bem conservado tem que ter uma embalagem muito bem impressa.

Klabin. Papelcartão de altíssima qualidade com excelente printabilidade.

A Klabin produz o papelcartão que é usado nas embalagens das principais marcas do mercado e não pode descuidar da imagem dessas empresas. É por isso que o seu papelcartão, além de usar fibras virgens e celulose livre de cloro, oferece uma excelente printabilidade. Para dar mais destaque às imagens impressas e traduzir para o consumidor toda a qualidade do produto que ele está levando para casa.



Klabin

VCP Renova Embalagens

A Votorantim Celulose e Papel S/A (VCP) investiu R\$ 600 mil na renovação da embalagem de todos os papéis, inclusive dos mais de 300 produtos exportados para a Europa, Estados Unidos e América Latina, além de outros mercados como Ásia, África e Rússia. A modernização está rendendo bons frutos; a linha Copimax, criada pela Müller Camacho, ganhou o prêmio ABRE de Design & Embalagem 2004, da Associação Brasileira de Embalagens, na categoria EcoDesign.

Papel ecológico para impressoras laser

Usuários de impressoras laser e copiadoras têm à disposição no mercado um novo papel, desenvolvido pela Irani e pela Revpaper,

e distribuído pela Rio Branco, que tem como diferencial o apelo ecológico, pois é fabricado a partir de reciclagem de aparas e madeira de reflorestamento. Além do con-

ceito de preservação ambiental, o produto propicia economia de toner em copiadoras e impressoras laser. O produto, denominado Rusticato, pode ser encontrado em embalagens com 500 folhas, no formato carta e A4. Segundo as empresas fabricantes, além de ser mais barato que o papel comum, seu uso pode reduzir em até 80% o consumo de toner para copiadora e 60% em impressoras laser, configurando o equipamento para o modo econômico.

A história da indústria papelreira em livro

No dia 22 de setembro, foi lançado pela ABTCP – Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel, o livro “A História da Indústria de Celulose e Papel no Brasil”, que traça uma linha cronológica da evolução do papel no Brasil, situando o setor dentro do contexto econômico brasileiro, com início na época do Império. O livro, organizado pelo centro de documentação Tempo & Memória, pode ser adquirido diretamente na entidade. Contatos pelo telefone (11) 3874-2700.

Klabin lança mão de show room itinerante

Para estreitar ainda mais as relações com seus clientes e promover uma aproximação maior junto a potenciais parceiros de negócios, a Klabin Embalagens está colocando em prática uma experiência inovadora. Para apresentar aos clientes seus produtos, desenvolveu um show room itinerante, apresentado pela primeira vez na Hortitec – Feira Internacional de Horticultura, realizada na cidade de Holambra (SP), e também utilizado na FLV 2004, Feira de Frutas, Flores, Legumes e Verduras, promovida em São Paulo, e na Festa do Ovo de Bastos (SP). O estande foi montado em um caminhão, com dimensões de 15 metros de comprimento por 5 metros de largura. O veículo possui uma área com estrutura para realização de apresentações audiovisuais, feitas por técnicos ou vendedores, além de um espaço reservado para exposição de produtos.

Show room itinerante da Klabin: idéia criativa



Um novo conceito em distribuição.

- ▶ Converte bobinas de papel para qualquer formato plano.
- ▶ Rebobinamento em qualquer dimensão para indústria de formulários.

DISTRIBUIDOR



Conversão e comércio de papel

Av. Presidente Wilson, 5477 - Vila Independência - São Paulo - SP
CEP: 004220-001 - Tel: 11 6161 7500 - 0800 7717600

www.resmapel.com.br



RESMAPEL

MeadWestvaco assume Tilibra

Em meados de agosto, o mercado de cadernos foi surpreendido pela notícia de que a MeadWestvaco assumiu o controle acionário da Tilibra, por meio de sua subsidiária brasileira, a Rigesa, Celulose, Papel e Embalagens Ltda. A Tilibra S.A. Produtos de Papelaria, empresa até então de estrutura familiar, foi fundada em 1928, sendo uma das mais tradicionais indústrias do setor caderneiro. A marca líder no mercado brasileiro de cadernos e agendas será mantida. A Tilibra permanecerá sediada em Bauru (SP), onde estão sua fábrica e o

centro de distribuição; e continuará sendo administrada pela mesma equipe de diretores e profissionais.

Agfa na era digital

Está em fase de implantação na Agfa-Gevaert, no município de Suzano, em São Paulo, o Projeto HCL, lançado globalmente pela matriz da Companhia. O projeto prevê a implementação gradual da tecnologia para produção de chapas digitais e analógicas clorídricas, em todas as fábricas da Organização.

Segundo Paulo Amaral, diretor da Divisão de Sistemas Gráficos, o Projeto HCL visa preparar a "plan-

ta" de Suzano para futuros desafios que venham a ser estabelecidos pela cadeia global de produção da Agfa.

Livro sobre acabamento gráfico

A Lunardelli Editora lançou o livro "Acabamento – Encadernação e Enobrecimento de Produtos Impressos", de autoria de Sérgio Rossi Filho e Américo Augusto Lunardelli. Além das inúmeras possibilidades de acabamento, o livro – vendido, pela própria editora, por R\$80,00 o exemplar – vem com dicas, cronologia da história das artes gráficas e um glossário. Lunardelli Editora, telefone: (16) 3967-4204

Escolar'2004

Mais de 40 mil visitantes compareceram à 18ª edição da ESCOLAR – Feira Internacional de Produtos, Serviços e Tecnologia para Escolas, Escritórios e Papelarias, realizada de 31 de agosto a 3 de setembro, no pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo. Segundo os organizadores da mostra patrocinada pela Abigraf – Associação Brasileira da Indústria Gráfica, só os compradores que garantiram a realização de negócios para as empresas expositoras totalizaram o número de 20.821.

Acompanhando uma tendência mundial, a ESCOLAR deste ano apresentou um pavilhão específico para Tecnologia da Informação, o EscolarTECH, o que gerou uma visita maior de profissionais de informática para a feira: 964. O EscolarTECH foi uma resposta à demanda cada vez maior de produtos desse segmento dentro de uma feira com o perfil da ESCOLAR. O incentivo às exportações também foi um dos pontos fortes desta edição. O número de compradores inter-



nacionais que compareceram à ESCOLAR'2004 foi recorde. Passaram pelo evento 651 importadores de diversos países. Segundo dados da Abigraf, 2003 foi o primeiro ano na última década em que os produtos gráficos apresentaram balança comercial positiva. O setor saiu de um déficit de US\$ 21,2 milhões para um saldo positivo de US\$ 72,6 milhões, com exportações da ordem de US\$ 188,1 milhões. Essa tendência foi fortalecida durante a Escolar, que desde 2003 conta com o projeto EscolarEXPORT, para apoio aos expositores, neste ano desenvolvido em parceria com o GRAPHIA, consórcio da Regional São Paulo da Abigraf, apoiado

pela Apex (Agência de Promoção de Exportações) e Sebrae (Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa).

O número de compradores internacionais que compareceram à ESCOLAR'2004 foi recorde. Passaram pelo evento 651 importadores de diversos países. Os fabricantes de cadernos apresentaram suas novas coleções e as indústrias de papel encontraram no evento excelente oportunidade para promover os novos papéis cortados. A Suzano lançou o Report Times, que tem como diferencial o emblema de times de futebol do Brasil estampados no verso das folhas, na forma de linha d'água. A Ripasa apresentou o Ripax Reciclado, o primeiro papel cortado brasileiro fabricado com 100% de aparas pós-consumo. A Votorantim Celulose e Papel S/A (VCP) modernizou a embalagem do Maxcote, enfatizando a importância de se preservar o meio ambiente, com o slogan: "O papel do super amigo da natureza".

POR TRÁS DE UMA
GRANDE EMBALAGEM
TEM SEMPRE UM
PAPELCARTÃO SUZANO.

 **SUPREMO**
Alta Alvura

Supremo Alta Alvura é mais branco e mantém sua brancura por mais tempo. Com superfície mais lisa, é ideal para quem busca fidelidade de cores e aplicação de inúmeros recursos gráficos.

 **SUPREMO**
Duo Design

Supremo Duo Design, além de sua brancura diferenciada, é o primeiro papelcartão que permite impressão e aplicação de recursos gráficos também no verso, com excelente qualidade.

 **TP Hi-Bulky**

TP Hi-Bulky, um papelcartão triplex que garante maior rigidez para embalagens, além de possuir o verso mais homogêneo.

 **SUPER 6**
HI-BULKY

Super 6 Hi-Bulky, um papelcartão duplex que, além de possuir o verso mais claro do mercado, também garante a maior rigidez para embalagens.

Papelcartão Suzano. Seja qual for sua idéia, ela fica bem aqui.

Ripasa conquista certificação FSC

A Ripasa S/A - Celulose e Papel obteve a certificação do manejo florestal sustentável com base nos princípios e critérios do Forest Stewardship Council (FSC). Trata-se de um selo verde que assegura que as florestas certificadas são manejadas de forma socialmente justa, economicamente viável e ambientalmente correta. Cerca de 77.000 hectares de oito parques florestais foram certificados. Outro processo também obtido pela empresa é a certificação da cadeia de custódia que possibilita o acompanhamento da madeira utilizada, desde o momento da colheita até a comercialização do produto final. O selo FSC será inserido nas embalagens da linha Ripax 75 e 90 g/m² e dos papéis revestidos Image, Kromma e Innova. O processo de certificação durou cerca de um ano, período em que passou por uma série de avaliações, compostas de

análise de documentação, reuniões públicas com lideranças locais das comunidades próximas, além da própria avaliação das áreas florestais.

Os 10 anos da Fundação Orsa

Quando o assunto é responsabilidade social, a Fundação Orsa desponta como um ótimo exemplo. A instituição, fundada por iniciativa de Sérgio Amoroso, presidente do Grupo Orsa, teve início com o projeto Formação I, em Campinas (SP), que na época atendia 80 jovens, com o repasse de R\$ 225 mil. A Fundação Orsa cresceu muito e, nessa primeira década, foram investidos R\$ 52.184.377,00 em cerca de 70 programas e projetos. Já foi superada a casa de um milhão de atendimentos por ano. Um dos serviços mais recentes prestados pela entidade é o Alô Vida Tel.: (11) 4181-8866, cria-

do para atender pessoas que necessitam de ajuda e orientação em casos de violência, deficiência e adoção. O programa atua em conjunto com o projeto "Caminhos de Volta" da Faculdade de Medicina da USP, que tem como objetivo contribuir para a identificação de crianças desamparadas, otimizando o atual sistema de busca, registro de dados, troca de informações e apoio às famílias dessas crianças. O serviço presta orientação aos pais, familiares e à comunidade em geral sobre como proceder em casos de desaparecimento de crianças, inclusive encaminhando essas famílias para coleta de material genético para análise no Departamento de Homicídios e Proteção à Pessoa (DHPP) ou no Centro de Ciências Forenses (Cencifor) do Departamento de Medicina Legal da Faculdade de Medicina (USP). Promover a formação integral da criança e do adolescente em situação de risco



Ibema investe em tecnologia e aprimora linha de papel cartão

Ibema lança novos produtos

A Ibema - Cia. Brasileira de Papel está lançando novas versões das linhas Speciala e Supera. O Health & Care é destinado aos mercados da indústria farmacêutica e de cosméticos. Para atender às exigências desses setores foi desenvolvido com fibras mais nobres, com tecnologia de fabricação diferenciada, propiciando excelente maquinabili-

dade. Os outros atributos continuam iguais aos dos tradicionais Speciala e Supera, ou seja, alta rigidez, permitindo substituição de gramaturas com o mesmo resultado na proteção do produto final, bem como excelente printabilidade. Segundo Jairo Busich, diretor comercial da empresa, a Ibema investiu em tecnologia para oferecer um produto adequado às necessidades desse segmento, aliando qualidade e exce-

lente custo-benefício. Busich assegura que os clientes da nova linha Health & Care vão usufruir da garantia de fornecimento da Ibema, que conta com equipamentos modernos, instalados na unidade do Turvo (PR), como resultado de uma política de investimento, visando à tecnologia e produtividade. A Ibema atua no mercado de papel há 40 anos e é referência na produção de papéis e cartões com gramaturas que variam de 50 a 450 g/m², propícios para a confecção de produtos dos segmentos editoriais, limpeza, alimentos, cosméticos, farmacêuticos, calçados, brinquedos e outros.



Prêmio Master em Ciência e Tecnologia para Nalco e Fibertechs

O Instituto de Estudos e Pesquisa da Qualidade há sete anos realiza o Prêmio MASTER de Ciência e Tecnologia. Essa premiação identifica, no mundo da ciência e tecnologia, e destaca, através de um selo de qualificação, entre outras ações, as empresas que efetivamente contribuem para a melhoria contínua da qualidade de vida do ser humano. Nesta edição de 2004, a Fibertechs foi premiada na categoria de ciência e tecnologia aplicada a processos de celulose e papel, com base em entrevistas com mais de mil executivos em todo o país, representantes de importantes empresas e instituições, pesquisadores e jornalistas da mídia especializada, entre outros profissionais de conhecimento pertinente ao mercado. Pela terceira vez consecutiva, neste ano, a Nalco Brasil conquistou o prêmio, destacando-se na categoria Tratamento de Ar de Interiores.

peçoal e social é a missão dessa ONG – Organização Não Governamental, para a qual as empresas do Grupo Orsa destinam 1% do faturamento bruto. Isso significa que, mesmo que as empresas tenham prejuízo, a porcentagem da Fundação está garantida. Esse compromisso assegura as ações já em andamento e dá tranquilidade para viabilização de estratégias, gestão e planejamento de longo prazo. Além disso, atrai e potencializa parcerias, novos recursos e soluções. A Fundação Orsa atua como sementeira: estabelece um modelo de ação que, depois de testado e aprovado, se consolida como um programa, uma "semente" que pode ser disseminada pela Fundação ou por outras organizações, tanto do setor privado como do setor público, o que multiplica o seu alcance e impacto na sociedade. Dessa maneira, a Fundação Orsa cria, influencia e melhora políticas públicas. "O Terceiro Setor não tem o papel de substituir o Estado, mas o de somar. Junto com o Governo, universidade e iniciativa privada, teremos uma rede capaz de transformar o social do País", afirma Sérgio Amoroso. Assim, a Fundação Orsa é modelo de gestão social e de instituição pragmática, tendo sido merecedora de vários prêmios e de reconhecimento internacional. O sucesso é motivador e Sérgio Amoroso comenta: "Se pensarmos proporcionalmente aos excelentes resultados dos primeiros 10 anos, a próxima década da Fundação Orsa é praticamente inimaginável", afirma ele com muito otimismo.

Aracruz investirá mais R\$ 150 milhões no Rio Grande do Sul

Com o objetivo de modernizar sua fábrica de Guaíba (RS), a Aracruz Celulose investirá R\$ 100 milhões na indústria e mais R\$ 50 milhões em melhorias e

expansão florestal, até março de 2006, mantendo os ganhos ambientais e aumentando a capacidade instalada - das atuais 400 mil toneladas para 430 mil toneladas anuais de celulose branqueada de eucalipto. Desde que adquiriu a Riocell da Klabin, por US\$ 567 milhões, a Aracruz tem realizado uma série



Representações Spera

Ibema - Cia. Brasileira de Papel

- Cartão Triplex Coating
- Cartão Duplex Coating

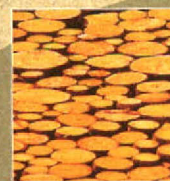
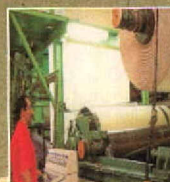
- Papel Monolúcido e Apergaminhado
- Superbond

Himasa - Heidrech Industrial - Merc. e Agrícola S/A

- Papelão Couro

Industrial e Agrícola Rio Verde Ltda.

- Papelão Paraná



Indústrias Novacki S/A

- Papel Kraft e Semi-Kraft

Fábrica de Papelão Timbó Ltda.

- Cartolina Marmorizada - Lisa
- Papelão para modelos - Presspan - Isopres
- Papelão Pardo

Representações Spera SC Ltda.

Av. Gal. Ataliba Leonel, 93 - 2º andar - Sala 25

02033-000 - Sao Paulo - SP

Tel 11-6221.7615 - Fax 11-6221.1157

rspera@uol.com.br

de investimentos que já somam mais de R\$ 60 milhões, na primeira fase do plano de revitalização da sua agora denominada Unidade Guaíba.

Venda de papelão ondulado em alta

As vendas do setor de papelão ondulado totalizaram 186.800 toneladas em agosto passado; esse volume representa crescimento de 20,6% em relação ao mesmo mês de 2003, quando foram vendidas 154.800 toneladas. Com a comercialização de 1.395.000 toneladas, o setor acumulou, de janeiro a agosto deste ano, crescimento de 13,9% em comparação com igual período do ano anterior, quando as vendas totalizaram 1.225.000

toneladas. Os dados são da ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado.

Projeto de fitoterapia da Klabin é premiado

O projeto de Fitoterapia desenvolvido pela Klabin para seus colaboradores da unidade de Monte Alegre, em Telêmaco Borba (PR), foi o grande vencedor do 1º Prêmio Vida Profissional, na categoria Benefícios, que teve 10 finalistas selecionados entre mais de 200 empresas participantes. O Vida Profissional é uma iniciativa idealizada pela Sodexo Pass, que reconhece as melhores práticas de gestão de pessoas desenvolvidas por empresas brasileiras de todos

os segmentos. Os projetos participantes foram divididos em cinco categorias: Benefícios; Educação e Treinamento; Qualidade de Vida; Produtividade, Motivação e Incentivo e Responsabilidade Social e Voluntariado. O projeto premiado prevê o uso racional da biodiversidade presente nos mais de 85 mil hectares de florestas nativas e nos sub-bosques das plantações comerciais, além do cultivo de plantas medicinais na Fazenda Monte Alegre, em Telêmaco Borba (PR). Ele começou a ser desenvolvido pela Klabin em 1984, de forma artesanal, com a utilização de Produtos Florestais Não Madeireiros em sua unidade, no Paraná, e desde 1989 funciona em escala de manipulação.

14
 anave - setembro outubro 2004

Voith Paper Comemora 40 Anos de Brasil

Ao encerrar o ano fiscal 2003/2004, o Grupo Voith tem bons motivos para comemorar 40 anos de instalação da filial brasileira. O faturamento anual no exercício foi de US\$ 298 milhões e a estimativa para 2004/2005 é de US\$ 320 milhões para o ano.

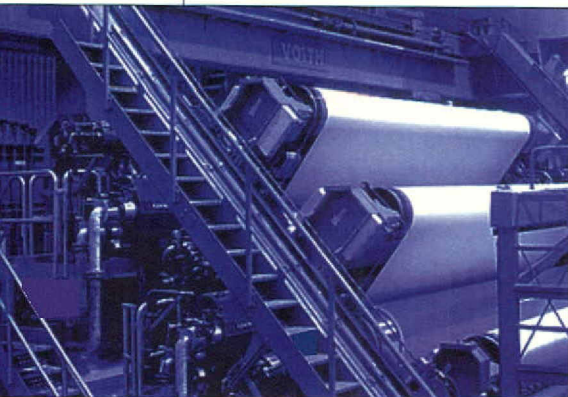
O Grupo Voith, organização de estrutura familiar de origem alemã, é integrado pelas empresas Voith Paper, Voith Siemens Hydro, Voith Turbo, Voith Industrial Services e Voith Fabrics. O faturamento citado inicialmente se refere ao desempenho de todas essas divisões, mas é significativa a participação da Voith Paper, que desenvolve proje-

tos na área de celulose e papel. Nestor de Castro Neto, presidente da Voith Paper para a América do Sul e responsável por vendas, marketing e tecnologia, anunciou que a divisão registrou aumento de 80% no faturamento em comparação com o ano anterior, dimensionando esse valor em US\$ 160 milhões, decorrentes de pedidos avaliados em US\$ 190 milhões, mas ainda em desenvolvimento. Segundo ele, 54% desse montante são provenientes de exportações, já que a filial brasileira atua em toda a América Latina, Oceania, Estados Unidos, Canadá e México, inclusive desenvolvendo projetos *inter-company*. Um exemplo de projeto integrado com a matriz, é uma prensa fabricada no primeiro semestre de 2004, para ser instalada em uma máquina para fabricar papel jornal especial (56 g/m²), que opera a 2 mil metros por minuto, com 4 nips de pressão (Nipcoflex), fornecida para a filial do Grupo Stora Enso, na cidade de Maxau (Alemanha). Entre as exportações recentes, destaque para duas máquinas *tissue winder*, encomendadas pela indústria chinesa Hengan International

Group Co. Ltd., uma das principais fábricas de *tissue* da China. Os novos equipamentos serão instalados em duas unidades da Hengan e entrarão em operação no segundo semestre do próximo ano.

No Brasil, 80% da produção brasileira de papel provém de máquinas de papel Voith, garante a diretoria da empresa. Apesar das quatro décadas de instalação da filial brasileira, a Voith atua no Brasil desde 1903, quando foi instalada a primeira turbina da empresa alemã em nosso país, uma máquina com capacidade para gerar de 46 kW. Na área de papel, a primeira máquina foi fornecida em 1923, tinha cilindro monolúcido e foi instalada em uma empresa do atual Grupo Ripasa.

O número de funcionários do Grupo Voith no Brasil chega a 1.784 e sua fábrica no bairro de Jaraguá, em São Paulo, é considerada pelo grupo como modelo para o mundo. Além disso, o Brasil é considerado mercado-chave para a empresa que investe anualmente entre de 2 a 3% do seu faturamento em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias no país.





ESTÁ PRECISANDO DE UMA
MÃOZINHA EXTRA?

CONTE COM A RILISA.

O dia-a-dia no competitivo mercado gráfico exige cada vez mais agilidade, conhecimento técnico, destreza, profissionalismo, equipe bem-treinada, orçamentos precisos, cumprimento de prazos a qualquer custo. Ufa! E a Rilisa sabe que precisa facilitar seu dia-a-dia. Afinal, uma "mãozinha" é sempre bem-vinda. Conte com nossa linha completa de papéis, chapas, filmes, tintas e vernizes para sua impressão. Tudo num só lugar, pois você tem muito o que fazer. E aproveite uma vantagem exclusiva: o COMPROMISSO RILISA com rapidez, agilidade, atendimento qualificado e garantia dos produtos em nossas 14 filiais.

Seja um cliente RILISA e descubra como é bom ter essa "mãozinha extra" em seu dia-a-dia.

Centrais de Atendimento:

São Paulo - (11) 2133-8470

Curitiba - (41) 371-3700

Porto Alegre - (51) 3334-0234

Recife - (81) 2121-1100

Rio de Janeiro - (21) 2141-5000

Belo Horizonte - (31) 2121-1400

Demais localidades - 0800-7014410

 **rilisa**
distribuindo soluções
www.rilisa.com.br



Ampla revisão de conceitos

O Fórum Anave'2004 retratou um setor disposto a crescer, eficiente e, sobretudo, ousado. Alguns dos temas apresentados, em outros tempos, não teriam espaço em um evento cujo objetivo maior é analisar o mercado e suas tendências. O diretor presidente da VCP – Votorantim Celulose e Papel, José Luciano Duarte Penido, que participou da solenidade de abertura do evento, realizada na noite de 10 de agosto, no Auditório Nobre da Fiesp, em São Paulo, falou sobre responsabilidade social, focando o relacionamento com o mercado. O tema sobre o qual Penido discorreu tem valor imensurável, isto é, não é possível medir seus resultados economicamente, mas hoje, a

gestão comprometida com o desenvolvimento econômico, cultural e social tem força e peso no mercado. Eficiência, em questões como essa, impõe motivar pessoas, envolvê-las em um compromisso que vai muito além de cálculos de custo, preço e lucro. Não deixa dúvidas de que um novo modelo de negócios surge no mundo moderno, desafiando as empresas e as pessoas a rever conceitos. Penido ousou tocar em questões relacionadas ao mercado e pôs em evidência o fato de a sociedade estar sensível às ações das empresas preocupadas em atuar de maneira ética nos negócios. (Veja pág. 20)

Na cerimônia de abertura, o executivo Boris Tabacof foi home-

nageado com o título de sócio-emérito da ANAVE. Emocionado, declarou: "...tenho certeza de que o ser humano não está aqui por acaso, e sim para trabalhar para o avanço do bem, da solidariedade, sem violência moral, perseguindo muito mais que o resultado medido em números." Essa convicção do vice-presidente do Conselho de Administração da Suzano Bahia Sul e Celulose que, desde que ingressou no setor, se destaca por suas contribuições para o desenvolvimento da indústria de celulose e papel dá idéia do quanto é importante despertar o potencial humano para se atingir a excelência empresarial em todos os sentidos.

O evento reuniu lideranças do



O setor brasileiro de celulose e papel mantém ritmo de investimentos e encontra boas perspectivas de mercado. Não passa despercebido pelos líderes empresariais o fato da sociedade moderna exigir um novo modelo de negócios.

setor e foi um sucesso. Fernando Franzoni abriu as discussões, comentando sobre a evolução do Fórum. "Em nossa gestão ousamos promover mudanças nesse encontro já tradicional e muito bem-sucedido, confiantes de que poderíamos ampliar ainda mais sua importância e repercussão. Hoje aqui estamos, na Fiesp, com o prestígio da presença dos senhores, ante um Fórum que contará, inclusive, com conferência apresentada por um Consultor da Risi e de ilustres conferencistas do Brasil"; e deduziu: "Vamos, mais uma vez, encontrar diretrizes para o desenvolvimento do mercado."

Expansão Industrial

Na abertura da primeira sessão do Fórum Anave'2004, na tarde de 11 de agosto, Fernando Henrique da Fonseca, diretor presidente da Cenibra-Celulose Nipo-Brasileira S/A presidiu a sessão sobre o Novo Ciclo de Expansão da Indústria Brasileira. A partir de três grandes temas, ele traçou um panorama do setor de papel e celulose no

mundo, em especial, nos segmentos de imprimir, escrever e embalagens. Fonseca indicou também como as indústrias brasileiras estão inseridas nesse contexto, destacando que o setor investiu na última década cerca de 1 bilhão de dólares por ano na geração de empregos, divisas e abastecimento do mercado interno, sem a ajuda governamental.

"Agora", reforça Fonseca, "iniciamos um novo ciclo de expansão para os próximos 10 anos, com investimentos ainda maiores, que prevêem a aplicação de cerca de US\$ 14,4 bilhões em toda a cadeia. Estamos cumprindo nosso papel", afirmou o executivo da Cenibra.

Ao analisar os trabalhos apresentados durante essa sessão, conclui-se que o setor tem vocação para crescer, não obstante as dificuldades conjunturais que, em muitos momentos, atravessamos em nosso País. Desde o desenvolvimento da fibra de eucalipto, que muito contribuiu para que o setor consolidasse sua presença no exterior, até os dias atuais, o setor continua disposto a investir. Se há entraves no caminho, há também disposição para enfrentar essas dificuldades e continuar avançando.

Participaram como conferencistas: Kurt Schaefer, consultor da Risi; Murilo Passos, diretor superintendente da Suzano Bahia Sul e Paulo Petterle, diretor da Klabin S/A.





Mesa de honra, na solenidade de abertura do evento

Desafios ao Crescimento

O segundo painel realizado no dia 11 de agosto abriu espaço para a discussão de fatores que desafiam o crescimento.

O presidente da sessão, Carlos Aguiar, diretor presidente da

Aracruz, alertou para a possibilidade do Brasil enfrentar um "apagão florestal". Ele pleiteia uma política florestal de longo prazo, com linhas de crédito adequadas a essa atividade, implementação de programas de fomento, além do uso de grandes

empresas como pólos de desenvolvimento e ressalta a importância das florestas plantadas para proteção das espécies nativas.

O consultor Celso Foelkel chamou a atenção para o desperdício de energia, água e madeira e conduziu o público a uma reflexão sobre como é possível rever paradigmas e adotar novas posturas, com vistas a solucionar esses problemas.

Também esteve em pauta a questão do acesso a recursos para viabilizar os projetos, com Antonio Carlos de Vasconcelos Valença expondo a visão do BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, principal órgão de fomento do setor.

O Futuro do Mercado

No dia 12 de agosto, o diretor comercial do Grupo Ripasa, Aureliano Ieno Costa, presidiu o

HOMENAGEM

Boris Tabacof Sócio Emérito da

O executivo Boris Tabacof recebeu o título de Sócio-Emérito da ANAVE, em reconhecimento pelos relevantes serviços prestados ao setor de celulose e papel.

Ao fazer a entrega do prêmio, Fernando Franzoni, presidente da Diretoria Executiva, afirmou que o homenageado é 'pessoa incomparável', citando o poeta português Fernando Pessoa: "O valor das coisas não está no tempo que elas duram, mas na intensidade com que acontecem. Por isso, existem momentos inesquecíveis, coisas inexplicáveis e pessoas incomparáveis."

Com a humildade que a sabedoria proporciona, Boris Tabacof agradeceu emocionado a homenagem, classificando-a como excessiva

bondade dos companheiros do setor.

Homem ligado ao conhecimento e disposto a aprender sempre, Boris contou que procurou no dicionário o significado exato do termo 'emérito'. "Não que não soubesse o conceito, busquei aprofundá-lo", afirma, completando que um dos significados diz respeito àquele que presta por longos anos bons serviços.

"Em parte", ressaltou ele, "o conceito se aplica a mim; afinal são quase três décadas de trabalho. Foram longos anos, posso afirmar, mas não sei se foram bons, vocês podem avaliar", frisou o homenageado.

Para Boris, o trabalho não é obrigação profissional, mas paixão. Paixão e dedicação

painel sobre o tema A Consolidação do Mercado. Ele discorreu sobre a evolução do setor e destacou que, na fase atual, o papel revestido de eucalipto está começando a despontar, em função de uma necessidade cada vez maior do *imaging* do produto gráfico. “É notável que há poucos anos o Brasil importava 100 mil toneladas de *couché* e este ano provavelmente exportaremos cerca de 50 mil toneladas desse produto”, disse ele.

Aureliano Costa também tocou na revisão de conceitos no mundo dos negócios. “Percebo uma conscientização cada vez maior com relação à busca de igualdade de condições na comercialização, ou seja, artificios que existiam no passado estão cada vez mais sendo colocados na berlinda e rejeitados pelo verdadeiro homem de vendas de papel”, afirmou ele.

Nessa sessão de trabalhos, foram analisados os segmentos de imprimir e escrever, papéis para embalagens e papéis especiais, além de uma apresentação sobre o projeto da Abigraf – Associação Brasileira da Indústria Gráfica, visando aumentar as exportações de produtos gráficos. Foram conferencistas: Luciana Huneke, gerente de planejamento de negócios da International Paper; Mário César Camargo, presidente da Abigraf; Eduardo Brasil, diretor da Fábrica de Embalagem Valinhos Ltda. e Rubens Bambini Junior, diretor de negócios da MD Papéis.

Eficiência

Há pontos essenciais à sustentabilidade da evolução do

mercado, os quais foram analisados no quarto painel de conferências, presidido por Nestor de Castro Neto, presidente da Voith Paper para a América do Sul e responsável por vendas, marketing e tecnologia, que ressaltou: “Eficiência é uma meta que todos procuram e os trabalhos focando feltros e telas, máquinas, equipamento e logística vão mostrar como o fabricante de papel pode ser mais competitivo e como nós, fornecedores, podemos ajudá-los a ter um ativo mais eficiente.

Além de Nestor de Castro, participaram desse painel Marcos Isaac, presidente da Modus Logística Aplicada, e José Erothides, coordenador de telas formadoras da Albany International.

ANAUE

fizeram do executivo, um empreendedor importante na história do setor, dentro e fora do Brasil.

Ao lado de Max Feffer, então presidente da Suzano, Boris embarcou em um ousado projeto de construção de uma fábrica, no Sul da Bahia. “No lugar onde os portugueses haviam aportado há cinco séculos nada havia mudado, exceto pela degradação da exuberante Mata Atlântica”, observou, referindo-se ao município de Mucuri, onde foi instalada a fábrica Bahia Sul, hoje, Suzano Bahia Sul Papel e Celulose.

Saudoso, Boris lembrou de outros companheiros de jornada, que não estão mais aqui: Leon Feffer, Max Feffer, Jamil Aun, Horácio Cherkassky, um tributo à memória destes profissionais que contribuíram para o desenvolvimento do setor.



Reverenciado como “embaixador do setor no exterior”, Boris Tabacof recebe a homenagem da Anave

NOVOS VALORES

José Penido, convidado de honra, destacou mudanças decorrentes da responsabilidade social que as empresas estão incorporando a seus sistemas de gestão.

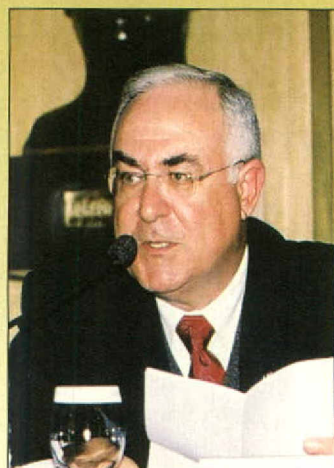
Responsabilidade social é um tema que pode parecer modismo, mas sinaliza para mudanças definitivas. Essa é a visão do diretor presidente da VCP – Votorantim Celulose e Papel, José Penido. Ele ressalta que não se deve confundir responsabilidade social com “ser bonzinho” ou fazer filantropia.

Para ele, impõe-se uma nova ética na sustentabilidade dos negócios. “A demanda por comportamentos éticos bem definidos é crescente”, observa, admitindo que no setor de celulose e papel ainda ocorrem comportamentos indesejáveis, com os quais as pessoas se acostumaram. “Chegamos a um ponto em que às vezes deixamos de ter revolta e nos tornamos conformistas com a situação”, desabafou.

No tocante a mercado, Penido defende a competição saudável, que é tendência mundial e observa que, perante a sociedade, o setor de celulose e papel é visto como “cartelizado, principalmente pelas maiores empresas”.

Segundo ele, o setor está tratando corajosamente o assunto. “Vejo que todas as empresas têm avançado expressivamente nas práticas de governança corporativa, tanto se estruturando internamente, como na relação com

os diversos públicos. Nossas empresas mantêm uma competição aguerrida, mas sempre pautada por lisura, por independência, por civilidade”, analisou Penido.



Competitividade

“O Brasil tem, sem dúvida, diferenciais competitivos inigualáveis em celulose. Não tenho dúvida de que mais e mais vamos conquistar posição de predominância no mercado internacional de fibras. As empresas brasileiras são e estão cada vez mais se tornando de classe mundial, basicamente devido à qualidade dos talentos humanos”, disse José Penido.

Ele acredita que também em papéis o Brasil poderá ganhar mais escala mundial. “Num determinado momento vamos ter uma vocação exportadora mais nítida”, afirmou, ressaltando que isso também deve ocorrer com a indústria gráfica.

ENCERRAMENTO

Miguel Lafer, convidado de Honra

“Com grande satisfação, tenho a oportunidade de prestar uma homenagem a um grupo de profissionais que desempenha uma função essencial para o nosso setor; profissionais que, com raro talento, extrema dedicação e habilidade, ao longo dos últimos anos, têm-nos dado lições de como superar as numerosas dificuldades que o País atravessou.” Com essas palavras, o presidente do Conselho de Administração da Klabin S/A, Miguel Lafer, iniciou o discurso de encerramento do Fórum Anave’2004.

Ele manifestou confiança na retomada da economia brasileira, afirmando: “Os indicadores macroeconômicos e as mais recentes estatísticas de vendas nos fazem crer não somente numa reação, mas num futuro com cenário bem mais amigável e promissor, um futuro com o esperado crescimento que tanto o Brasil precisa.”

Diante dessa perspectiva otimista, ele lembra a importância de se investir em aumento da capacidade

de produção e cita as novas normas fiscais que tornam os investimentos mais atraentes, ressaltando a necessidade de exigir do governo medidas complementares. “Somos um segmento estratégico da economia brasileira, responsável por uma atividade econômica extraordinária. Suprimos quase que integralmente a necessidade de papel do País; temos uma base florestal invejável, uma indústria altamente competitiva e com a firme decisão de investir. Nossas exportações têm um papel de destaque na balança comercial do Brasil, contribuindo com US\$ 2,5 bilhões”, justifica Lafer.



ENCERRAMENTO



O economista Luis Paulo Rosenberg participou do encerramento do Fórum Anave'2004, destacando que a economia brasileira passa por um momento interessante em que se verifica crescimento generalizado atribuído, em boa parte, às vendas para o exterior. "O desempenho das exportações do Brasil nestes últimos doze meses é excepcional", afirma ele, ressaltando que a política cambial instituída desde 1999 tem favorecido as vendas do Brasil para o exterior. (Vide Quadro I)

Rosenberg observa que, desde outubro de 2003, a pauta brasileira de exportações foi privilegiada pela movimentação dos preços internacionais, assim como pela atividade econômica internacional, com os Estados Unidos com níveis de taxa de juros adequados, liquidez abundante, disposição para tomada de

A Visão do economista

Luís Paulo Rosenberg

riscos e demanda forte, além de uma política cambial recompensadora.

Para Rosenberg, a política salarial, adotando reajustes anuais que repõem os índices inflacionários, tem gerado redução da inadimplência e, conseqüentemente, retomada do consumo. Ele lembra que o fato de ser este um ano de eleições, também favorece a economia brasileira, além da geração de empregos.

"Tenho a impressão de que chegamos a um nível de equilíbrio da economia", afirma o economista, estimando crescimento entre 7 e 8% neste ano, com PIB em torno de 3,8 e inflação em cerca de 7,5%. Já em 2005, a tendência é de que a inflação diminua. "A inflação é, acima de tudo, preços administrados, com regras contratuais de reajuste como, por exemplo, no caso da energia elétrica, água e esgotos; é, em boa parte, decorrente dos preços de *commodities*, sendo desejável que os preços no mercado interno acompanhem a subida dos internacionais", analisa Rosenberg. Na opinião do economista, o Banco Central tem que lutar contra a contaminação desses aumentos, absolutamente inevitáveis, sobre preços ao con-

sumidor. "A demanda não pode estar à mercê desses preços; não podemos aceitá-los", afirma.

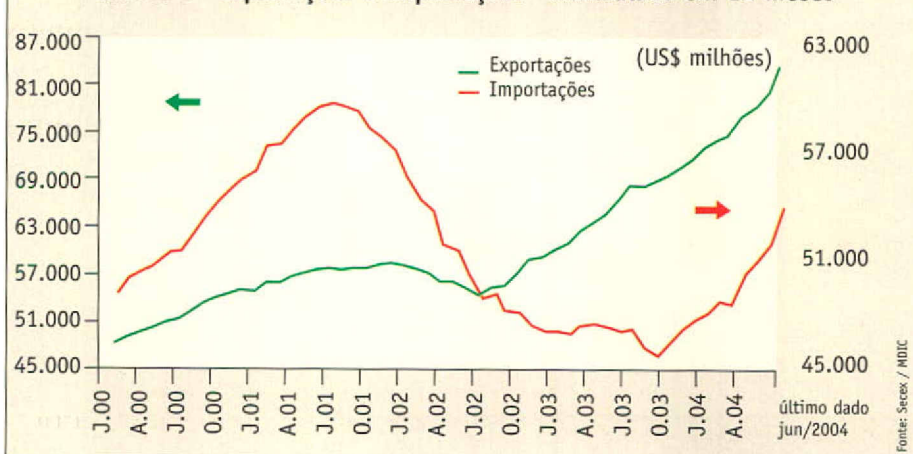
A política econômica americana é a mais mal gerida do mundo, na opinião de Rosenberg. Ele nota que Bush assumiu a presidência com um superávit fiscal superior a US\$ 200 milhões/ano e uma situação de déficit comercial administrável. Porém, reverteu a situação para um déficit de transações correntes de mais de US\$ 500 bilhões e um déficit fiscal de US\$ 600 bilhões/ano. Dessa forma, os Estados Unidos são um país que gera inflação no mundo. "É preciso reduzir o déficit fiscal americano emergencialmente", afirma o economista. "Os preços de *commodities* devem cair no próximo ano e não vamos repetir o resultado das contas externas", estima ele.

Prosseguindo, Rosenberg ressalta que aspectos relacionados à infra-estrutura podem inviabilizar a sustentabilidade do crescimento e defende a aprovação das Parcerias Público-Privadas.

Rosenberg recomenda aproveitar muito os momentos de crescimento, mas "sem ingenuidade". Segundo ele,

os setores contemplados com programas de exportação podem ficar tranquilos, mas aqueles que investem acreditando na sustentabilidade do crescimento brasileiro devem ter cautela. Na opinião do consultor, o desaquecimento da economia americana e a persistência da taxa de juros são fatores que interferirão no desempenho da economia brasileira, além da falta de infra-estrutura.

Quadro I - Exportações e Importações - Acumulado em 12 meses



Recuperação a partir de 2005

Por: Kurt R. Schaefer*



Expectativa de aumento da demanda internacional por papel pode beneficiar o Brasil

o crescimento da demanda por diversos produtos, inclusive papel”, explica o consultor.

A economia, assim como o setor, se movimenta em ciclos, alternando fases positivas e negativas, diz Schaefer. Segundo ele, questionamentos essenciais neste momento são: O mundo quer que a economia continue a crescer? Quais os impactos da retomada na indústria? O Brasil está bem posicionado para se beneficiar de uma possível recuperação?

As políticas macroeconômicas adotadas no mundo inteiro, em especial, em grandes mercados consumidores como China, Estados Unidos e Europa, na opinião de

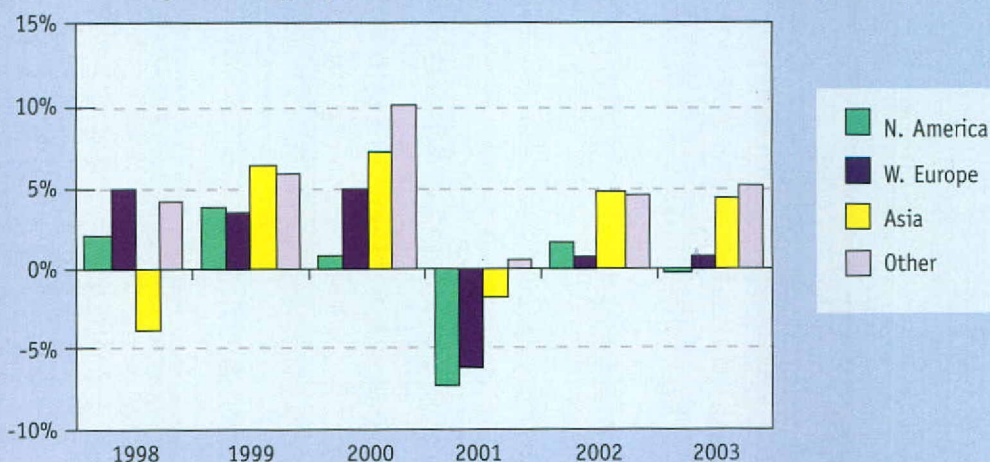
Schaefer, buscam estimular e facilitar o crescimento interno, gerando políticas monetárias favoráveis.

“Isso é visível nos Estados Unidos e na China, com a onda de empréstimos bancários que começaram em 2003 e início de 2004, e no Japão, onde o acesso ao dinheiro impulsiona a economia. Apenas na Europa a política monetária está ainda restrita”, afirma o consultor.

Apesar dos esforços, adotando baixas taxas de juros, corte em impostos, entre outras medidas, a economia americana não deve manter o ritmo em 2005, observa o economista, completando que, na Europa, a fase de crescimento está começando agora.

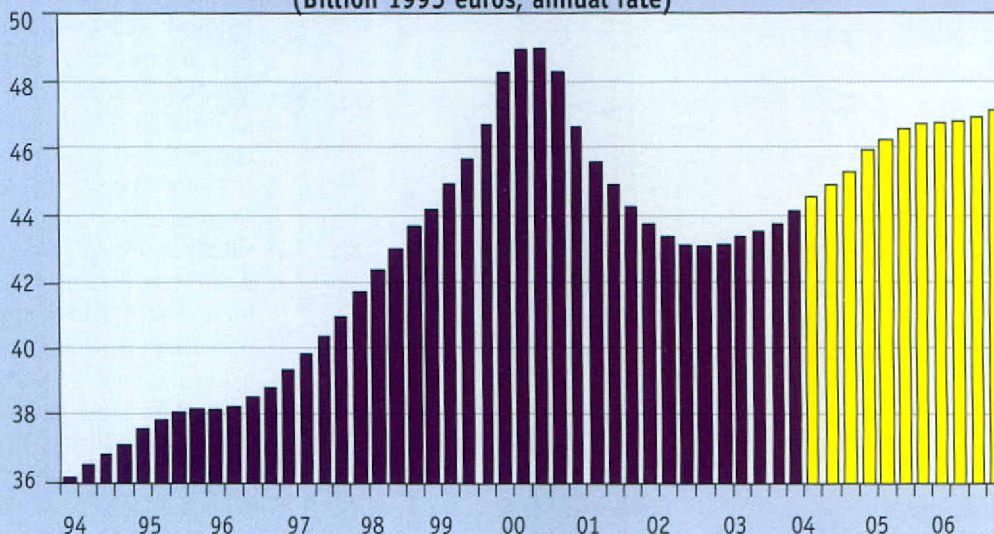
Ao expor o tema Celulose e Papel no Mundo: por Fim uma Recuperação, Kurt R. Schaefer, economista sênior da consultoria internacional Resources Information Systems Inc., Risi, sinaliza para uma recuperação global do mercado de celulose e papel a partir de 2005. “As políticas econômicas adotadas nos principais mercados consumidores favorecem

Quadro I - Printing & Writing Papers: In 2003, demand was running on only two cylinders

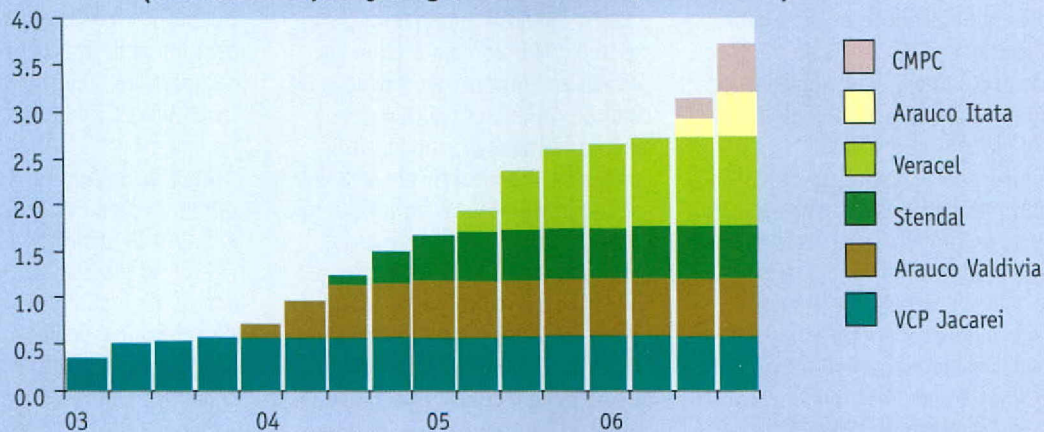




Quadro II - In Europe, print media ad spending in Europe finally turns upward (Billion 1995 euros, annual rate)



Quadro III - Market pulp: New capacity just keeps coming (Cumulative capacity change, million tonnes, annual rate)



Desempenho

Em relação a papel para imprimir e escrever, Schaefer observa que, exceto nos Estados Unidos, houve um aumento da demanda em 2003, principalmente na Europa e Ásia. Os níveis de demanda registrados em 2002 e 2003 sinalizam para a recuperação do segmento no mercado mundial, em comparação com o desempenho negativo de 2001. (Vide Quadro I)

Nos últimos quatro anos, a demanda por papéis para imprimir e escrever sofreu impactos de fatores estruturais de longo prazo como, por exemplo, comunicação e transações eletrônicas, publicidade e venda a varejo pela

Internet, ausência de crescimento de novos mercados e amadurecimento de questões-chave para o segmento. Fatores cíclicos de curto prazo como fusões de empresas e expectativa de consumo também afetaram a demanda.

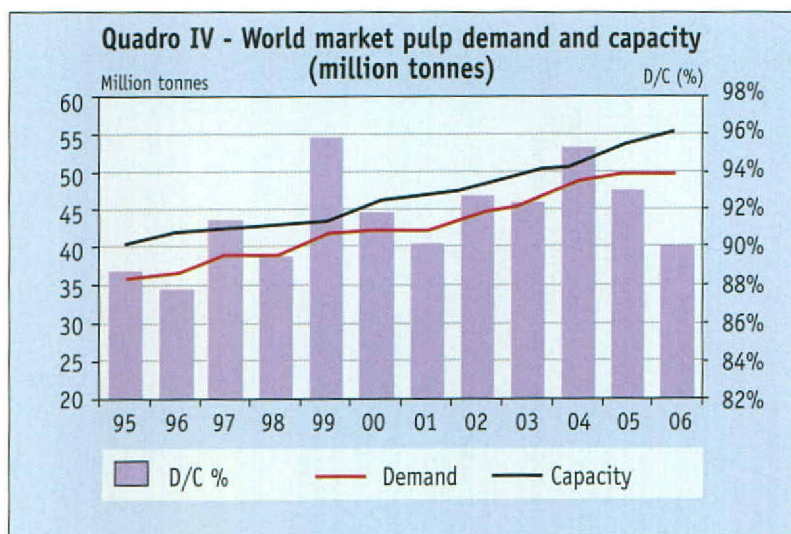
Para o economista, o segmento de imprimir e escrever será impulsionado, em 2004 e 2005, também por fatores cíclicos, em especial, o aumento da produção e consumo, o desempenho da economia americana, com o incremento no lucro das empresas, influenciando os gastos com mídia em geral.

Na Europa, o segmento de mídia impressa e publicidade estão finalmente em curva de crescimen-

to, diz o economista, completando que o aumento já verificado em 2004 tende a se acentuar nos próximos dois anos. "Os embarques do produto para a Europa Ocidental também tendem a melhorar a partir deste ano", comenta. (Vide Quadro II)

Schaefer abordou ainda as novas capacidades de produção no mercado de celulose, a partir da recente implantação de projetos e expansões em seis países, em especial, na América Latina. Dois deles no Brasil: a Veracel (BA) e Votorantim Celulose (SP), com volumes significativos e a partir de 2006. (Vide Quadro III)

Schaefer descarta a possibilidade de excesso de produção de celulose. "É preciso olhar a pro-



dução mundial não apenas pelo lado da oferta, mas também da demanda, pois os volumes estão em equilíbrio”, afirma ele. (Vide Quadro IV)

Dados do Risi indicam que o mercado de celulose de fibra curta cresceu em média 4,4% ao ano nos últimos 10 anos. Já o segmento de celulose de fibra longa evoluiu 2,4% no mesmo período.

Com a expectativa de crescimento da demanda por celulose, os preços do produto, que registraram queda entre abril e junho deste ano, devem, segundo o economista, aumentar em outubro. “Os preços devem manter-se altos nos próximos trimestres”, prevê o consultor, ressaltando a tendência de enfraquecimento do dólar em relação ao euro.

Competitividade

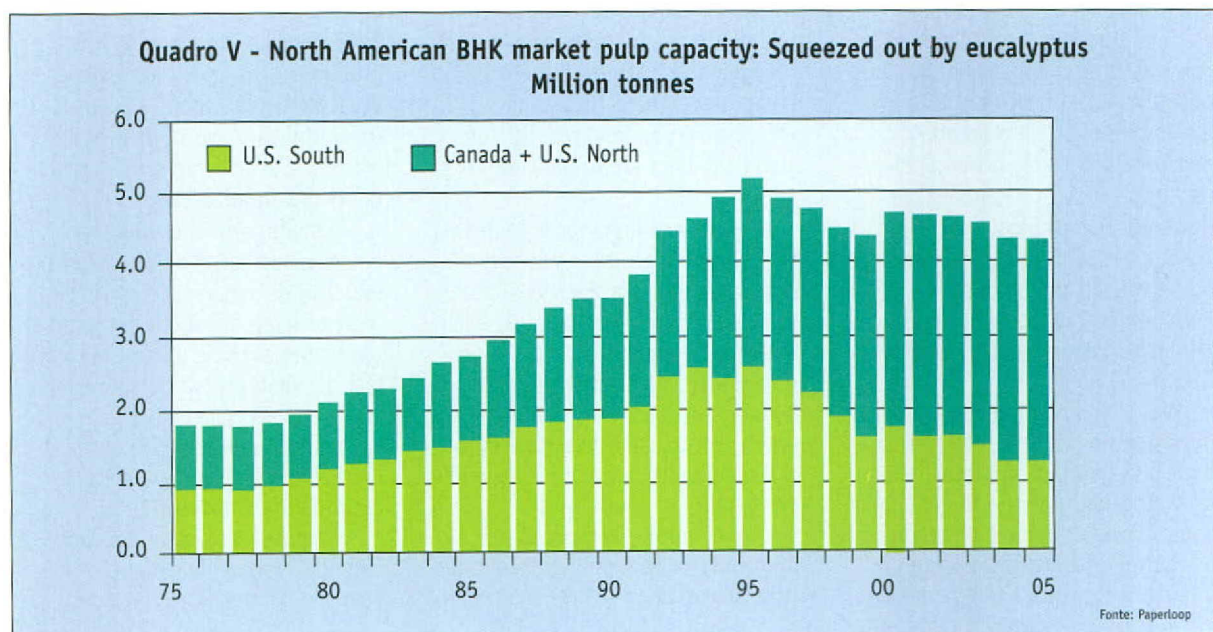
Segundo Schaefer, o Brasil está liderando o mundo em competitividade e eficiência e está preparado para o crescimento do mercado de papel e celulose mundial no próximo ano. “Mesmo com o aumento dos custos internos de produção de celulose, o País possui um dos menores custos do mundo, atrás apenas da Indonésia”, observa ele.

“A comparação entre a fibra de eucalipto brasileira, em relação à qualidade e custo de produção, e a fibra longa é muito desfavorável para os fabricantes do Hemisfério Norte”, diz Schaefer, acrescentando que estes têm custos mais altos de produção, o que torna a fibra de eucalipto mais competitiva no mercado mundial. (Vide Quadro V)

“O Brasil também é muito competitivo em kraftliner, papel feito com celulose fibra longa”, frisa o consultor, acrescentando que os preços brasileiros praticados no mercado europeu são bastante competitivos.

Além do custo de produção da celulose e das vantagens do eucalipto, diz o economista, o Brasil tem risco menor, mais transparência e melhor governança corporativa em comparação com países concorrentes como Rússia e Indonésia. “Estas são as principais vantagens brasileiras para atrair investidores, assegurando expansão e modernização de fábricas”, ressalta Schaefer, reforçando que a economia mundial continuará em crescimento em 2005 e as indústrias de papel e celulose devem experimentar melhores índices de operação e preços. “Os produtores brasileiros devem beneficiar-se da recuperação e continuar atraindo investidores”, conclui.

* **Kurt Schaefer** é economista sênior da World Pulp Service – Resource Information Systems Inc. (RISI), tendo sob sua responsabilidade a área mundial de celulose. Ph.D. em Economia na Universidade de Virginia, recebeu, em 1995, o título de “Chartered Financial Analyst (CFA)” pela Associação de Gerência de Investimento e Pesquisa (AIMR).





NOSSOS PAPÉIS
DÃO ASAS À SUA
IMAGINAÇÃO

Cada dia um novo desafio.

Tendências que mudam formas, cores e texturas.

Linhas que se renovam e ganham vida
através das inovações tecnológicas.

Esse é o nosso papel:

Superar expectativas e criar novas possibilidades de aplicação,
ajudando a tornar a vida mais bonita, prática, confortável...

MD Papéis, mais que papéis, soluções que dão asas à sua imaginação

MD
MD PAPÉIS
MAIS QUE PAPÉIS, SOLUÇÕES

Rodovia Presidente Tancredo de Almeida Neves, Km 34 CEP 07700-000 - Caieiras - SP - Brasil
Tel.: +55 11 4441-7800 - Fax +55 11 4605-2195 www.mdpapéis.com.br

Papéis para
Auto-Adesivos

Papéis para
Embalagens Flexíveis

Papéis para
Fitas Adesivas

Papéis
Filtrantes

Papéis para
Laminados

Papéis para
Impressão e Escrita



O Necessário Crescimento

Por: Murilo César Lemos dos Santos Passos*



Ao falar sobre a expansão da Suzano Bahia Sul em papéis para imprimir e escrever, o diretor superintendente da empresa, Murilo César Lemos dos Santos Passos explicou as profundas transformações implementadas por essa indústria nos três últimos anos, com o objetivo de fortalecer sua identidade no mercado interno e externo.

De acordo com Murilo Passos, o novo rumo da empresa começou a ser esboçado em

ele, ressaltando que naquele momento houve a decisão de unir as administrações das duas empresas, que permaneceram operando de forma independente no mercado de capitais.

Tentamos, afirma Murilo Passos, uma operação de fechamento de capital da Bahia Sul, em 2002, que não obteve sucesso efetivo, mas permitiu à Suzano participar de 94% do capital da empresa. Em outubro de 2003, a Suzano lançou ações primárias e secundárias, praticamente iniciando um ciclo de colocação de ações no mercado de capital, conquistando, assim, maior volume de ações no mercado e maior visibilidade. "No primeiro semestre de 2003, a Suzano aderiu ao nível 1 da Bovespa, de governança corporativa. Assim, os acionistas controladores, que exerciam funções na empresa, integraram o Conselho de Administração e a Suzano foi totalmente profissionalizada", frisa Murilo Passos.

No primeiro semestre de 2004, a incorporação da Suzano pela Bahia Sul foi concluída com sucesso e adotou-se uma razão social única: Suzano Bahia Sul Papel e Celulose S/A. "Esta nova empresa, com dimensão maior,

De olho no mercado internacional, empresas brasileiras, a exemplo da Suzano, investem em ampliações.

2001, quando a Suzano, então sócia da Vale do Rio Doce na Bahia Sul Celulose, adquiriu a participação da mineradora na empresa localizada no extremo sul da Bahia, o que permitiu novas ações e crescimento. "Pouco depois da aquisição, um sonho de Max Feffer, o presidente da empresa morreu e, numa seqüência natural, seu filho David Feffer assumiu o controle da companhia", disse



Precisamos de ações institucionais mais agressivas no sentido de mostrar e divulgar a importância da atividade florestal

somatória de duas empresas, terá forças e fôlego suficiente para que possamos empreender todos os nossos projetos de crescimento e desenvolvimento”, completa o superintendente.

Em paralelo às transformações, a Suzano focou suas atividades na otimização da produção na fábrica de Mucuri e no aumento de capacidade de produção de celulose nas duas unidades localizadas em Suzano. “Fizemos uma importante reforma na máquina B-8, que produz imprimir e escrever, e desenhámos diversos processos de modernização em logística, armazenagem e transporte. Estamos em um momento decisivo de investimentos e ainda temos muitos projetos pela frente”, assegura ele.

Os planos da Suzano refletem os do próprio setor, que prevê a aplicação de importantes recursos nos próximos 10 anos. Para que o setor possa crescer e se desenvolver de forma competitiva em relação aos concorrentes internacionais, segundo Murilo Passos, as empresas precisam de linhas de financiamento diferenciadas e redução de impostos. “Quem milita na área de vendas sabe que para colocar um produto no mercado internacional, os custos aumentam em até US\$ 100 por tonelada. O único diferencial brasileiro é a base florestal; no restante, perdemos em quase tudo: custo de capital, de

tributos e infra-estrutura deficiente”, argumenta ele.

O principal projeto de expansão da Suzano é a ampliação da fábrica de Mucuri, antiga Bahia Sul, que prevê investimentos de US\$ 1,2 bilhão até 2008 e capacidade de 1 milhão de toneladas de celulose por ano. Este projeto que, segundo Murilo Passos, está na reta final para aprovação, mudará o porte da empresa. Ele afirma que esse empreendimento, “aliado a outras ampliações orgânicas, tornará possível dobrar a capacidade de produção, a qual passará de 1,2 milhão de toneladas para 2,5 milhões de toneladas por ano, um patamar importante no cenário mundial”.

Murilo Passos chamou a atenção para dois pontos cruciais para o setor: a questão florestal e a incompreensão da sociedade sobre o que é o plantio de eucalipto. “No Brasil, os tratamentos ambientais em relação às florestas são os mais avançados do mundo; boa parte das florestas está certificada e, a despeito disso, as empresas aparecem como vilãs junto à imprensa e ONGs, favorecendo a desinformação. Precisamos de ações institucionais mais agressivas no sentido de mostrar e divulgar a importância da atividade florestal para o País”, disse ele, argumentando que é possível ampliar a base florestal sem impactos ambientais.

Outro ponto essencial diante do plano de investimento da empresa e do setor é a questão do acesso a capital. Segundo Murilo Passos, infelizmente só existe um tipo de fonte de recursos no Brasil, que são os bancos oficiais, a exemplo do BNDES, que tem sido, ao longo dos anos, um grande parceiro do setor e que, agora, volta a ter área exclusiva para o segmento de papel e celulose.

O setor é líder em investimentos no País, característica mantida mesmo em momentos de recessão. “Isso mostra a nossa crença no Brasil; por isso, não podemos nos acomodar aos níveis de produção; temos, como empresários e dirigentes de empresas, que nos preocupar também com a qualidade de vida da população e o setor pode contribuir de forma importante neste sentido”, conclui Murilo Passos.

***Murilo Cesar Lemos dos Santos Passos** é engenheiro químico, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) – 1971. Ingressou na Cia. Suzano em setembro de 2002, como diretor superintendente, assumindo a superintendência da Bahia Sul Celulose S/A em fevereiro de 1993. Atualmente é diretor-superintendente da Suzano Bahia Sul Papel e Celulose. É membro do Conselho Consultivo e Administrativo de diversas empresas.

Mercado de papéis para embalagens prevê crescimento a partir de 2004

Por: Paulo Petterle*



Se a economia vai bem, o segmento de embalagem vai bem; se vai mal, o segmento também vai mal. A afirmação é de Paulo Petterle, diretor gerente da unidade de negócios da Klabin S/A que, analisando o merca-

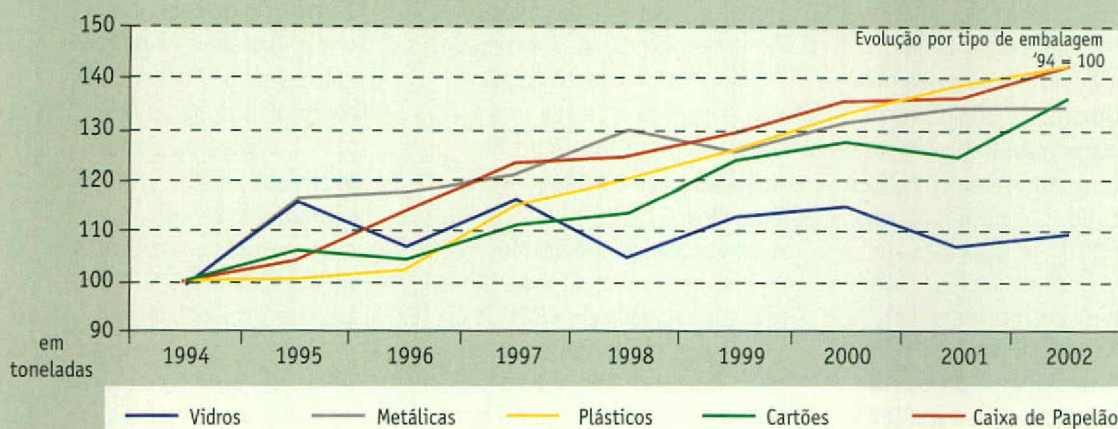
Evolução e tendências do segmento que representa 37% do total de embalagens produzidas no Brasil

do de papel para embalagem, ressalta que o ano de 2003 foi bastante negativo para quase todos os setores, inclusive para embalagens em geral, mas há perspectiva de recuperação a partir de 2004, visto que nos primeiros sete meses do ano em curso houve crescimento de 13%. O mercado de embalagens em 2003 registrou receita líquida de R\$ 23,7 bilhões, o que representa evolução de 16% em relação a 2002. As exportações, no mesmo período alcançaram US\$ 181 milhões, indi-

cando um crescimento de 33% em relação a 2002. As embalagens de papel e de plástico representaram 70% desse total.

Petterle apresenta um panorama do mercado de embalagens nos últimos 10 anos, abordando a indústria em geral e destacando o segmento de papéis para embalagens, que compreende embalagens de papelão ondulado, sacos multifoliados e cartuchos feitos de papelcartão. Ele observa que o mercado de embalagens apresentou grandes variações,

Quadro I - Embalagem em Geral



positivas e negativas, nestes últimos 10 anos, e acompanhou o que aconteceu na economia do País neste período, com movimentos de crescimento e de queda.

“Na distribuição setorial da indústria de embalagens, o plástico representa 35% e os papéis para embalagem somam 37%, distribuídos entre papelão ondulado, com 27%, e sacos e cartão, com 4% e 6%, respectivamente”, explica ele. (Vide Quadro I).

O segmento de embalagens de papel cresce de maneira menos errática do que o mercado de embalagens como um todo. Nos últimos 10 anos apresentou crescimento médio acumulado de 2,9% ao ano. (Vide Quadro II)

Papelão ondulado

O segmento de papelão ondulado consumiu 2,1 milhões de toneladas de papel para embalagens em 2003, volume menor do que os 2,3 milhões de toneladas registrados em 2002. Já em 2004, de janeiro a julho, a taxa de evolução em comparação com igual período de 2003, foi de 13%. Esse desempenho, além de representar a recuperação das perdas ocorridas em 2003, sinaliza para a recuperação da economia como um todo. Petterle estima crescimento para os próximos anos, com taxas em torno de 4% a 5%. (Vide Quadro III)

Segundo Petterle, neste segmen-

Em mil toneladas			
Ano	Capas	Miolo	Total
2000	1.298	999	2.297
2001	1.288	1.010	2.298
2002	1.342	1.035	2.377
2003	1.185	922	2.107

to, que reúne 75 empresas, 94 unidades industriais e 125 onduladeiras em operação no País, há forte tendência de redução de gramaturas, buscando tornar as embalagens mais leves e mais competitivas. “O grande mercado para embalagens de Papelão Ondulado no Brasil é o de produtos alimentícios, que consome 36% da produção doméstica, seguido por bebidas e fruticultura.

O Brasil é o nono maior produtor de papelão ondulado do mundo, mas o consumo interno do produto é de 10,7 kg/hab/ano, isto é, oito vezes inferior ao consumo *per capita* dos Estados Unidos (86,1%). “Portugal tem o dobro do consumo brasileiro *per capita*, enquanto o Brasil há vários anos mantém esse patamar interno de consumo,” explica Petterle, acrescentando que o

papelão ondulado é um excelente indicador de níveis de consumo.

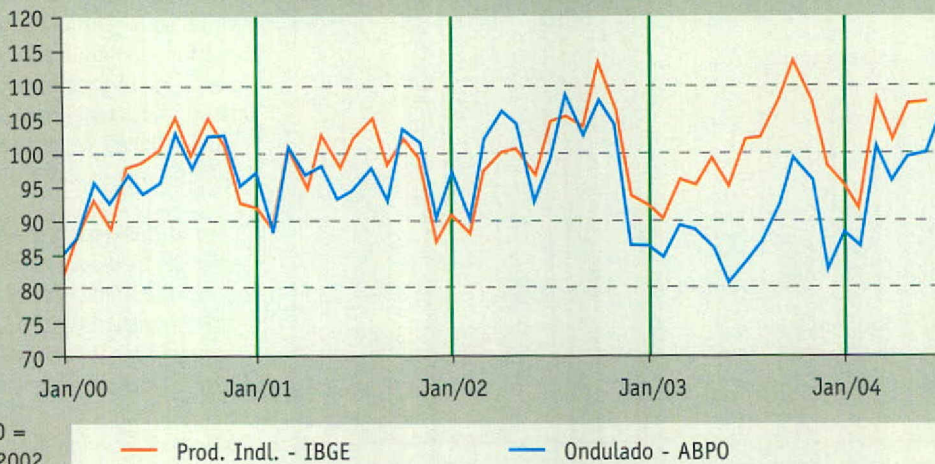
Sacos Multifoliados

De acordo com Petterle, não existem dados oficiais sobre o segmento de sacos multifoliados no Brasil, mas, com a experiência da Klabin neste mercado, é possível afirmar que o consumo brasileiro em 2003 foi de cerca de 1,114 milhão de toneladas de sacos. “A produção de papel para sacos multifoliados, que alcançou cerca de 167 mil toneladas em 2003, está concentrada em cinco grandes empresas, que representam 90% do mercado”, observa ele.

O setor da construção civil, que engloba cimento, argamassa e cal, responde por 64 % do consumo de sacos multifoliados no Brasil. “Em

Quadro III - Embalagens de Papelão Ondulado

Expedição de Papelão Ondulado X Produção Industrial



Base 100 =
média de 2002

— Prod. Indl. - IBGE

— Ondulado - ABPO

Fonte: ABPO / IBGE

2003 houve desempenho negativo (-6,2%) no segmento; entretanto, a expectativa é de crescimento de 3% em 2004, mantendo este ritmo nos próximos anos”, estima o diretor da Klabin. (Vide Quadro IV)

Papelcartão

O mercado mundial de papelcartão é da ordem de 26,5 milhões de toneladas por ano. “Os cartões de base reciclada representam o grande volume, sendo os demais de fibras virgens”, relata Petterle, acrescentando que no Brasil a produção de cartões cresceu, em média, 3,2 % ao ano, nos últimos 10 anos, passando de 420 mil para 557 mil toneladas, no período de 1994 a 2003.

Segundo Petterle, as exportações

do segmento evoluem em média 14% ao ano, enquanto as vendas domésticas estão estagnadas. “O volume exportado saltou de 49 mil para 160 mil toneladas nos últimos 10 anos. Hoje o grande esforço dos fabricantes, ao todo quatro que detêm 67% da produção brasileira de cartão, é no sentido de ampliar exportações”, explica.

O principal mercado para cartões, ressalta ele, também é o de produtos alimentícios, que consome 26% da produção nacional, seguido por higiene e limpeza (13%), vestuário e calçados (12%) e saúde e beleza (5%). “Saúde e beleza é um dos segmentos que mais cresceu no País nos últimos 10 anos e deverá registrar participações maiores no futuro”, frisa. (Vide Quadro V)

Para Petterle, o papelcartão, que deve apresentar crescimento de 5% em 2004, mantendo os índices de 4% e 5% nos próximos anos, pode seguir a trilha de competitividade do eucalipto no contexto internacional. “Na Klabin utilizo a expressão ‘santo eucalipto’, pois ele proporciona ao setor ser bom e competitivo no mercado mundial”, ressalta.

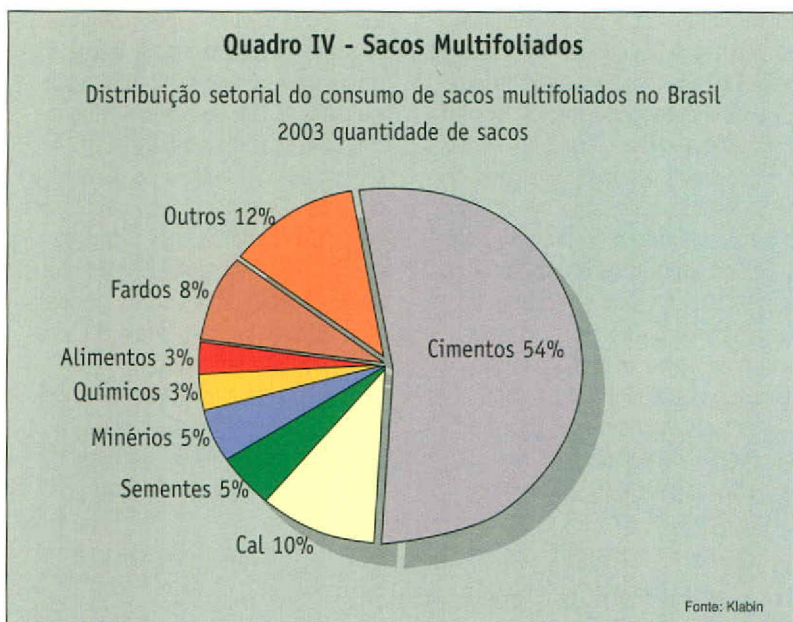
Tendências

De modo geral, a grande tendência no mercado de embalagem é reduzir, reciclar e reutilizar. “As embalagens são taxadas em função do peso, em especial, na Europa. O desafio em todos os segmentos é embalar com menor peso”, ressalta Petterle. Em papelão ondulado, a tendência é o aumento de reciclado na composição das embalagens, além de aumento do uso de microondulado, com apelo para embalagens *offset*. “Hoje, há redução drástica de volume; existem empresas produzindo miolo de 90 gramas e capas com 80 e até 70 gramas. Até bem pouco tempo o papel mais leve que se fazia era de 125 gramas”, assegura. Também é crescente a tendência de uso de embalagens de papelão ondulado como *display* e o aumento do uso de microondulado.

No segmento de sacos multifoliados, além de redução de gramaturas há a tendência de sacos de uma folha só e novos tipos de selagem para evitar vazamentos. Outra novidade, diz Petterle, são os sacos combinados com alças de plástico.

No segmento de papelcartão existe movimento para aumento da utilização de barreiras em relação à umidade, gordura e vapor. Segundo Petterle, associada à redução de gramatura, há a tendência de utilização maior de pasta de alto rendimento na fabricação de cartões.

* **Paulo Roberto Petterle** é formado em Engenharia Industrial Mecânica, pela Universidade Federal Fluminense (1970), cursou Engenharia Econômica e extensão no IMEDE, Lausanne, Suíça. Ingressou nas empresas Klabin em 1970, atuando na Divisão de Embalagens e atualmente é Diretor Gerente da Unidade de Negócios Klabin Papéis e Klabin Sacos e Envelopes.



Linha Gráfica e Editorial International Paper.

Papel Revestido
Inpacel
CoatStar

Papel Revestido
Inpacel
LWC CoatLight

Papel Offset
Chambрил

NOVO



PORTAL

Um time de craques para qualquer posição.

PAPEL OFFSET CHAMBRIL

Versatilidade e qualidade superior de impressão são as principais características do papel alcalino Chambрил. Sua alta brancura e resistência superficial oferecem melhor aproveitamento de impressão e maior produtividade. São 60 opções de tipos e gramaturas, com disponibilidade em resmas e bobinas.

PAPEL REVESTIDO INPACEL LWC COATLIGHT

A melhor opção para impressos de grande tiragem que exigem alta definição, como periódicos, folhetos, tablóides de ofertas, papéis de presente e outros. Disponível em bobinas de diversas gramaturas, ele ainda oferece significativa redução de peso, otimizando custos de postagem.

PAPEL REVESTIDO INPACEL COATSTAR

O mais novo fenômeno do mercado editorial brasileiro é o papel revestido Inpacel CoatStar, que traz qualidade máxima, com alta alvura, alta opacidade e corpo elevado para impressos sofisticados como catálogos, revistas e publicações em geral. Disponível em bobinas.

NOVO

INTERNATIONAL  PAPER

**Linha Gráfica
e Editorial**

www.internationalpaper.com.br

Ruptura Tecnológica

Por: Celso Bochetti Foelkel*



Riquezas e desperdícios. O binômio foi tratado de forma contundente no painel Como Administrar o Consumo de Energia, Água e outros Insumos, por Celso Bochetti Foelkel, vice-presidente da ABTCP – Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel e consultor da Grau Celsius. “Nossa riqueza está dentro de nós e nossos maiores competidores e inimigos também somos nós mesmos”, afirma Foelkel, depois de alertar

pressões ambientais, públicas e da legislação. “Apesar do sucesso tecnológico que o setor acredita possuir, ainda há muito que fazer. Somos parte de uma indústria global e como tal não podemos nos preocupar apenas com a nossa fábrica, mas com o setor e seus impactos em toda a cadeia produtiva”, frisa o consultor, acrescentando que existem questões cruciais pedindo para serem mudadas.

Uma dessas questões está no processo fabril. Segundo Foelkel, usa-se muita água e isto significa mais energia para bombear volumes maiores e mais vapor para evaporar ou aquecer mais água. Para se ter idéia desses volumes, Foelkel exemplifica: uma fábrica moderna que produz 1 milhão de toneladas de celulose por ano consome uma quantidade de água equivalente a 2% da vazão do Rio Tietê, percorrendo a cidade de São Paulo, ou seja, o necessário para abastecer uma cidade de 380 mil habitantes. (Vide Quadro I)

Combater o desperdício e valorizar as riquezas são desafios que devem orientar as novas pesquisas no setor.

sobre desafios mundiais e de processos que estão na ordem do dia, mas passam despercebidos por acomodação ou porque sempre foi assim.

Depois da década de 90, houve grandes evoluções tecnológicas, em função de

Quadro I - Consumos de energia por tonelada de produto

Fábricas de última geração:

- de celulose de mercado . . . 650 kWh e 11 GJ (5t vapor)
- de papel integradas 1,2 MWh e 14 a 15 GJ (6 a 7t vapor)
- só de papel 600 a 700 kWh e 7 GJ (2,5 a 3 t vapor)

Nossa riqueza está dentro de nós e nossos maiores competidores e inimigos também somos nós mesmos.

Outra questão importante é a 'guerra da alvura'. A demanda por altas alvuras de celulose para papéis cada vez mais brancos, observa Foelkel, implica em aumento do consumo de água, produtos químicos e energia. "Gastamos energia para jogar energia fora, a exemplo das colunas de resfriamento de água, do uso de água quente como efluente, de revestimentos precários, máquinas fora de especificações ou aquelas projetadas para crescimento futuro", ressalta.

O desperdício não reside apenas no processo fabril. Segundo Foelkel, nas florestas, mercedamente endeusadas no setor, cerca de 5% da madeira são jogados fora ou mal utilizados. "No mínimo 2% se perdem no campo como resíduo florestal, outros 2% no preparo e seleção de cavacos e 1% se perde no cozimento. Pelo menos 1% da fibra é jogado fora como efluente, encarecendo o tratamento, e este volume pode chegar a 5% em fábricas que utilizam papel reciclado. É riqueza desperdiçada", afirma com indignação.

A tecnologia colocou a indústria de celulose e papel no estado de Arte. Segundo Foelkel, neste contexto mundial, perder fibra e madeira é normal. "Estamos acostumados ao desperdício, achando que as perdas são inevitáveis e inerentes ao processo, o que exige investimentos pesados em tratamento de efluentes e estações de reciclagem de resíduos sólidos", frisa ele.

Um dos maiores desperdícios é o refugo ou *broke*, diz Foelkel, destacando que entre 8% e 25% do papel pronto ou semipronto que retorna ao *pulper* como fibra, no ciclo de produção, acaba roubando produtividade e consumindo mais energia, vapor, produtos químicos...

Para mudar essa realidade, ele propõe a quebra de paradigmas, 'rupturas estruturais', direcionando a pesquisa, em especial, para redução do consumo de água. "Não podemos estudar apenas como melhorar a madeira, economizar produtos químicos no branqueamento ou refletir para onde enviar água suja gerada no processo", observa ele, acrescentando que é preciso mudar o processo.

Um dos caminhos para essa transformação consiste em passar a fabricar papel em base seca. Esta, segundo Foelkel, é uma opção possível em se tratando de papel; ainda que inviável para a celulose, muito mais difícil de ser obtida em base seca. Ele ressalta que hoje já existe tecnologia para utilização de 10m³ de água por tonelada de celulose.

Outra ruptura necessária é o mito do papel super branco. "Podemos trabalhar com polpa um pouquinho menos branca, pois muitas vezes o preço maior não está em papéis mais brancos", frisa ele.

Em relação à energia, Foelkel aponta uma solução relativamente simples, ou seja, a utilização de co-geração e biomassa. "A

solução é vantajosa em termos econômicos e ambientais, pois permite o uso de fonte renovável de recursos, isto é, a madeira, originada no próprio processo, galhos, madeira fina ou defeituosa entre outras; e balanço de CO₂ mais favorável", explica.

Como biomassa, destaca Foelkel, não devem ser utilizados folhas, cascas, ponteiros e galhos muito finos, pois são fontes de nutrientes para o solo no campo, que asseguram a sustentabilidade, ou capacidade de produzir por várias gerações futuras.

Reduzir o consumo de água significa reduzir energia e buscar processos mais inteligentes, com baixas temperaturas, balanceando melhor os consumos de energia elétrica e vapor. "Em futuro próximo, as fábricas utilizarão licor preto como combustível auxiliar e converterão matéria orgânica dos efluentes em biogás, a partir do processo anaeróbico em vez de aeróbico", prevê Foelkel.

Para o consultor, os problemas estão aí e as soluções também. "Nosso amanhã depende de nós mesmos".

**Celso Foelkel é engenheiro agrônomo, Mestre em Celulose e Papel, Doutor honoris causa pela Universidade Federal de Santa Maria; possui diversas experiências acadêmicas como professor na USP, UFV, UFSM, UCS e PUC. Atuou em cargos executivos na Cenibra e Riocell. É sócio emérito da ANAVE e diretor da TAPPI/USA. Consultor da Grau Celsius*

BNDES discute questões estratégicas para o setor

Por: Antonio Carlos Valença*



Banco busca consolidar o conhecimento setorial de mais de 30 anos em papel e celulose.

Com orçamento de R\$ 60 bilhões para 2005, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, BNDES, está mudando e não é apenas em função da nova administração, que tem como objetivo resgatar valores fundamentais para a promoção do desenvolvimento; há uma nova geração de profissionais que integram a instituição. A afirmação é de Antonio Carlos de Vasconcelos Valença, gerente da área industrial do Banco, durante o painel sobre BNDES e Outras Fontes de Recursos.

O desafio atual dessa instituição financeira é equilibrar o desenvolvimento entre as ativi-

dades típicas de banco e a promoção social. De acordo com Valença, a questão se assemelha a uma gangorra, ora pende para o B, de banco, ora para S de social, e suscita muitas discussões internas.

Valença abordou a criação do Departamento de Celulose e Papel, citado na matéria publicada na revista Anave, a primeira a tratar do assunto: "A iniciativa reforça o vínculo entre o Banco e o setor, iniciado na década de 50 e consolidado a partir dos anos 70, com a implantação da Aracruz e Cenibra", observa ele.

O Banco conta atualmente com um grupo de profissionais

empenhado em elaborar um apanhado do conhecimento setorial apreendido ao longo de mais de 30 anos. "Temos uma lista de questões estratégicas para o setor, que está sendo discutida com as empresas, por meio de palestras, o que representará um referencial para os novos profissionais do Banco", frisa ele.

Outro sinal de mudança no BNDES é o maior volume de operações realizadas entre micro e pequenas empresas. "O desembolso para estas empresas, que em 2003 foi de 21%, em maio deste ano chegou a 27%", afirma Valença, completando que há um crescimento também em valores.

O Banco estuda ainda um caminho para estimular as empresas que buscam a internacionalização. "Esta é uma estratégia de atuação que tem como foco inicial a América Latina, gerando maior integração entre as empresas. Mas o grande desafio é como um banco brasileiro, que utiliza o dinheiro do trabalhador, pode direcionar recursos e gerar empregos em outros países."

O BNDES está participando dos seis últimos projetos do setor, que envolvem a implantação da Veracel, da Linha C da Aracruz, das expansões da Klabin, Ripasa e Suzano, totalizando recursos da ordem de R\$ 8 bilhões. "Nestes projetos, o Banco responde por 42% do investimento e as empresas por 47%", explica ele, completando que o restante vem de outras fontes de financiamento (Vide Quadro I).

Recursos

Para Valença existem seis critérios de diferenciação quanto às fontes de recursos: destinação destes, porte da empresa, se é exportadora, risco do crédito, localização e origem do capital. "A primeira questão é saber qual a aplicação ou o destino do recurso,

Quadro I - Fontes de recursos para os principais projetos do setor		
	R\$ milhões	%
Recursos Próprios	3.775	47
BNDES	3.360	42
Outros	882	11
Total	8.018	100

se ele está vinculado a investimentos ou a operações do dia-a-dia; são caminhos diferentes com leques de produtos distintos. No caso do investimento é necessário que o projeto apresente garantias; é solicitada uma vasta documentação, além de análises de taxas de retorno, valores e prazos", acrescenta.

Um mecanismo interessante para investimento, segundo Valença, é o *leasing*, ou arrendamento, bastante utilizado para compra de equipamentos. "Esta fonte não sobrecarrega o balanço das empresas e ainda permite recuperar o ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias, o que o torna uma fonte competitiva de recurso", explica ele.

O porte da empresa pode abrir possibilidades ou não. Segundo Valença, as grandes empresas têm uma gama maior de produtos, podem recorrer a financiadores internacionais ou ao mercado de eurobônus. Já para as empresas pequenas há a linha convencional da rede.

A questão da exportação também é importante na hora de buscar recursos no mercado. "Se a empresa for exportadora tem acesso a uma política comum, que é o pré-pagamento de exportações, ou antecipação de recebíveis, com prazos de cinco anos", esclarece ele, completando que a securitização de recebíveis, emissão de papéis lastreado em contrato internacional, é outra fonte de recurso associada à exportação.

O *rating* ou risco de crédito é uma classificação que, segundo Valença, termina por algar as empresas a critérios muitas vezes aleatórios, o que gera um impasse, pois, a partir destas classificações, as empresas que buscam financiamentos entram em uma tabela que determina o valor do recurso disponível, o prazo e os juros.

A localização é outro fator importante para acesso a financiamentos, diz Valença, pois é possível contar com incentivos locais, mecanismos criados pelo governo para estimular a descentralização na distribuição de recursos. "O porte dos clientes determina também as condições de financiamento; para o BNDES, são pequenas aquelas empresas com receita de até R\$ 1,2 milhão e grandes aquelas que apresentam receita superior a R\$ 60 milhões", observa ele.

Um dos pontos que o Banco busca melhorar é com relação ao cumprimento do fluxograma de procedimentos e prazos em pedidos de financiamento. "Estamos tentando melhorar, mas não podemos esquecer que o banco precisa de garantias, que são na verdade documentos, certidões que dependem de outros órgãos", conclui.

***Antonio Carlos de Vasconcelos Valença é Engenheiro Civil e de Produção, atua há 17 anos em pesquisa setorial, análise e acompanhamento de projetos de papel e celulose no BNDES.**

Florestas são base para desenvolvimento e competitividade do setor

Por: Carlos Lira Aguiar*



Com produção de madeira estagnada, País corre risco de um 'apagão' florestal.

"A questão florestal é o início; se não houver a madeira lá atrás, não há o que vender, e vocês não estarão aqui no futuro." Com essa afirmação preocupante, Carlos Augusto Lira Aguiar, diretor presidente da Aracruz Celulose S/A e presidente da Abraf – Associação Brasileira de Produtores de Florestas Plantadas, analisa o tema Sustentabilidade Florestal como Meta Principal.

O Brasil vive um momento crucial no segmento de florestas plantadas. Segundo Carlos Aguiar, a produção de madeira não tem crescido no País, o que sinaliza para um 'apagão' florestal, com conseqüências a partir de 2004. "Há pouca gente plantando pinus, o que é um risco e somente as grandes empresas estão reformando ou investindo em florestas neste momento; isto significa que faltará madeira", alerta ele.

Outra questão preocupante é a participação do Brasil no mercado internacional de produtos florestais, que movimentam cerca de US\$ 290 milhões por ano. "Mesmo com dimensões continentais e muito sol, o Brasil participa de apenas 1,5% dos negócios florestais no mundo, enquanto que em países menores, como a

Quadro I - Áreas de florestas plantadas, em milhões de ha

China	45
Índia	32
Rússia	17
EUA.....	16
Japão	10
Canadá	6
Brasil	5
Chile	2

Finlândia, esse índice chega a 7,6%", afirma ele, completando que a atividade florestal representa 60% do PIB-Produto Interno Bruto do País.

A produção florestal brasileira é muito pequena, comparando-se à de outros países. O Japão, por exemplo, diz Carlos Aguiar, planta 10 milhões de hectares por ano, duas vezes mais do que o Brasil. "O Chile, na América Latina, tem 2 milhões de hectares de florestas e faz frente ao Brasil nas áreas madeireira e de papel e celulose. É um grande concorrente que, para nossa sorte, concentra suas exportações por via do Pacífico", frisa Carlos Aguiar (Vide Quadro I).

O Brasil convive com realidades diversas. Ao mesmo tempo em que é competitivo, com taxas de crescimento de eucalipto e pinus 10 vezes maiores do que as verificadas em países frios, como Finlândia, Canadá, EUA e Suécia, nosso País sofre com áreas degradadas e excesso de desmatamento. (Vide **Quadro II**). “Apesar do domínio tecnológico brasileiro na área florestal, de mão-de-obra qualificada e das vantagens naturais, os negócios florestais e o consumo *per capita* de papel por ano (perto de 40 quilos) estão muito distantes dos de outras nações”, explica ele, ressaltando que o consumo interno de papel poderia estar no patamar de 80 kg/hab/ano e o País melhor posicionado em relação à Costa Rica e Argentina.

Somado à pequena produção, o setor florestal brasileiro sofre ainda com a falta de informação e os mitos que envolvem o plantio comercial de pinus e eucalipto, em especial, na área ambiental. De acordo com Carlos Aguiar, o setor registra hoje cerca de 1,6 milhão de hectares em áreas de preservação permanente. “No futuro, talvez essas sejam as únicas áreas a manter, já que as florestas existentes em parques e reservas governamentais são dilapidadas do dia para a noite”, ressalta ele. Um exemplo desta realidade é o sul da Bahia, onde hoje restam apenas 5% da cobertura original na região.

As florestas plantadas representam um importante instrumento na proteção das espécies nativas e também na recuperação de áreas degradadas, oriundas em geral da atividade de pecuária, e como alternativa de geração de renda. Para mostrar o potencial sócio-econômico e ambiental do segmento florestal, Carlos Aguiar defende a criação de agenda para o setor que permita sua futura sustentação.

“Não queremos esmolas ou protecionismo, mas sim uma política setorial de longo prazo com linhas de crédito adequadas à atividade florestal, implementação de programas de fomento, além do uso de grandes empresas como pólos de desenvolvimento”, afirma ele, com-

Quadro II - O setor florestal no Brasil

Apesar das vantagens, o aproveitamento da indústria florestal no Brasil é baixo:

- 300 milhões de metros cúbicos de madeira/ano consumidos no país, só 1/3 de florestas plantadas (celulose = 100% plantios)
- 85% energia, 9% produtos sólidos, 6% celulose e papel
- O Brasil produz apenas 7 milhões de toneladas/ano de papel e papelão, contra:
 - 86 milhões nos EUA
 - 21 milhões no Canadá
 - 14 milhões na Finlândia
 - 11 milhões na Suécia

Quadro III - Proposta de agenda para o setor

- **Política setorial de longo prazo:** linhas de crédito adequadas à atividade florestal, implementação de programas de fomento florestal, uso de grandes empresas como pólos de desenvolvimento
- **Incremento da competitividade do setor:** desoneração da produção dos custos burocráticos e improdutivos - licenciamentos, vistorias e outras autorizações, taxas e tributos para comercialização e transporte de produtos florestais
- **Simplificação e adequação da legislação:** revisão dos aspectos discriminatórios da legislação, revisão das atribuições e superposição de competências entre as esferas federal e estadual, equiparação das normas e regulamentos da silvicultura às demais atividades agrícolas
- **Inserção dos pequenos e médios produtores rurais:** diversificação da atividade agrícola das propriedades rurais, gerando distribuição de renda, fixação de mão-de-obra no campo, melhoria ambiental

pletando que é necessário reduzir a burocracia, simplificar e adequar a legislação para atrair pequenos produtores.

Para o diretor da Aracruz, sem exagero, com essas medidas, em 15 anos o país poderá dobrar a área de florestas plantadas, dobrar a produção de celulose e aumentar o consumo interno de papel para 60 quilos per capita. “Podemos dobrar a produção, ampliar as exportações e atender o mercado interno com tranquilidade, com estratégias bem

definidas e claras para o setor” (Vide **Quadro III**).

**Carlos Augusto Lira Aguiar CEO da Aracruz Celulose S/A. É formado em Engenharia Química, pela Universidade Federal do Ceará, com especialização em Manufacturing in Corporate Strategy, pela Escola de Administração de Harvard dos Estados Unidos. Atua fortemente em ações setoriais, por meio de entidades representativas, ocupando cargos diretivos em diversas delas.*

O crescimento do consumo nas regiões em desenvolvimento

Por: Luciana Huneke*

O aumento da demanda nos países em desenvolvimento indica que o consumo de papéis para imprimir e escrever tende a continuar evoluindo

anave - setembro/outubro - 2004

38



Ao analisar os rumos do mercado de papéis para imprimir e escrever, Luciana Huneke, gerente de planejamento de negócios da International Paper, enumera as seguintes tendências:

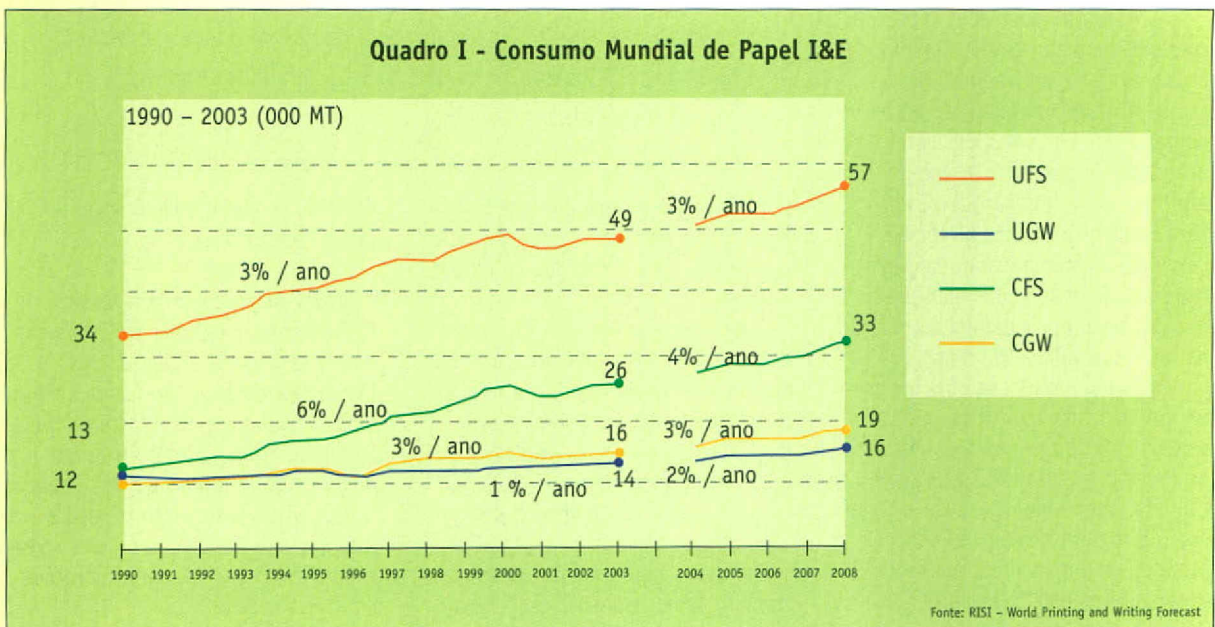
- Os Papéis de Imprimir e Escrever têm um futuro de crescimento;
- O impacto da eletrônica em regiões desenvolvidas será mais do que compensado por maior consumo das regiões em desenvolvimento;

- A China é grande impulsora de consumo;

- A América Latina ainda é pequena em relação ao resto do mundo, mas demonstra alta taxa de crescimento;

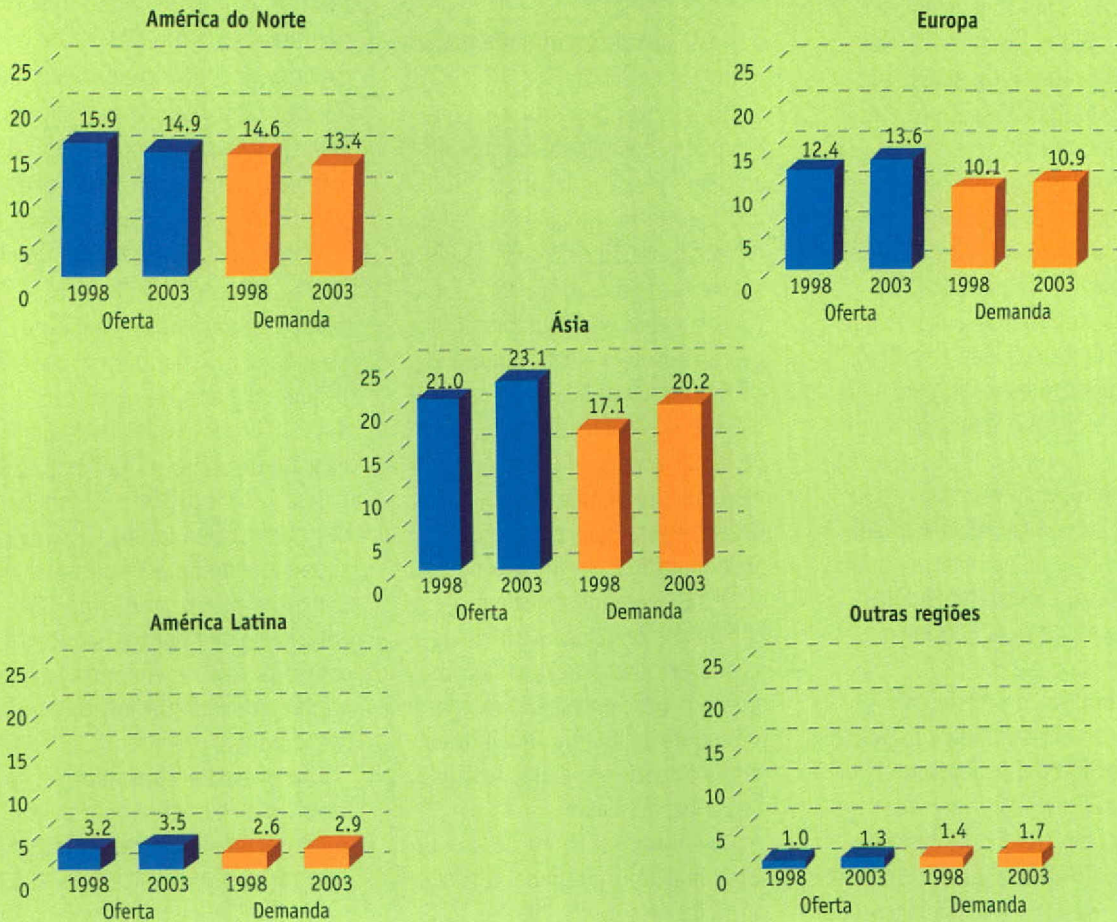
- Os produtores de baixo custo deverão substituir os tradicionais. Além dessas constatações, ela ressalta o potencial brasileiro, citando a competitividade de custo e as perspectivas de evolução da taxa de consumo, como grandes diferenciais de nosso País.

Quadro I - Consumo Mundial de Papel I&E



Quadro II - UFS - Oferta e Demanda - Não revestido sem pasta

1998 - 2003 (MM MT)



Fonte: RISI - World Printing and Writing Forecast

No ano de 2003, o consumo mundial de papel foi de 338 milhões de toneladas. Os papéis que integram a categoria imprimir e escrever são os de maior representatividade nesse volume, com 31% do total. A taxa de evolução do consumo dos papéis que fazem parte dessa categoria - *offset*, *couché*, *LWC* e *UGW - Uncoated Groundwood* (não revestido, produzido com pasta) - tem superado a taxa de evolução do PIB. Para se ter uma idéia, de 1990 a 2003, o consumo registrou crescimento de 3,5% ao ano.

Nos próximos anos, estima-se que o PIB mundial evoluirá 3,8% e a evolução do segmento de imprimir e escrever deve ficar um pouco abaixo desse índice. Contudo, a perspectiva é favorável, tendo em vista que regiões em desenvolvimento compensarão

a perda decorrente de mercados maduros como a América do Norte e Europa, que estão sendo afetados pelo impacto da mídia eletrônica.

Em uma análise mais detalhada dessa tendência, é interessante registrar que estudos partindo de 1990, com projeções até 2008, revelam que a Ásia vem tendo grande importância no desenvolvimento desse mercado; Haja vista, por exemplo, que em 1990 o total consumido por essa região representou 25% do total consumido mundialmente. Em 2003, o consumo asiático situou-se em 35% e até 2008 deve atingir 38%. Considerando a Ásia como um todo, o país que mais tem contribuído para essa evolução de consumo é a China.

Na América do Norte há tendência para diminuição de

participação no consumo, pois esse é um mercado mais maduro, que sofre o impacto da internet e dos meios eletrônicos. Huneke enfatiza que, apesar disso, esse mercado não deixará de crescer; apenas registrará taxas inferiores à média mundial.

Na Europa, a tendência é de consumo estável, com diferenças entre o Oeste Europeu (maturado e bem desenvolvido) e o Leste Europeu (em desenvolvimento).

A América Latina, com todas as vantagens competitivas de que dispõe, ainda registra consumo bastante inferior ao do restante do mundo.

No que diz respeito a aumento da capacidade produtiva, a Ásia é a região com perspectiva de maior desenvolvimento. Há projetos para produção de papéis *offset* e *couché*, podendo ser citados

quatro deles anunciados para 2005 e 2006: 450 mil toneladas (UPM-China), 700 mil toneladas (APP-China), 450 mil toneladas (RGM-China) e 600 mil toneladas (Oji Paper - China). "Esses projetos representam um acréscimo no volume de produção de 2,2 milhões toneladas, mas o consumo na região crescerá mais de 4 milhões toneladas nesse período", diz Luciana Huneke, observando que, apesar da capacidade adicional, ainda existirá mercado para absorver papel oriundo de outras regiões do mundo. Na Europa, há dois grandes projetos previstos: um da Stora Enso, para 400 mil toneladas de papel não revestido, com pasta, e outro da Soporcel, dimensionado para 500 mil toneladas de papel *offset*.

A América do Norte tem-se esforçado em diminuir um pouco sua oferta, com o objetivo de equilibrar melhor o mercado mundial em termos de oferta e demanda. Nesse aspecto, Luciana Huneke destaca a participação da International Paper que, desde o ano 2000, já fechou mais de 1 milhão de toneladas nos Estados Unidos, com vistas a estabilizar o mercado.

A América Latina tem uma pequena participação em termos de oferta; há alguns projetos de modernização de ativos em imprimir e escrever, o que dará uma capacidade marginal para esse produto.

Dois papéis que integram a categoria imprimir e escrever merecem destaque quando se analisa a tendência desse mercado, levando-se em conta os diferentes produtos que fazem parte dessa classificação: *offset* e *couché*. O primeiro tem-se destacado porque é um papel-base para vários setores convertedores e o *couché* tem evoluído significativamente, em especial nas regiões em desenvolvimento, que precisam de um papel mais nobre para investir em

mídia, propaganda, etc. (Vide **Quadro I**).

O Brasil nos diferentes mercados

Os maiores produtores e consumidores dos papéis não revestidos, sem pasta se localizam no hemisfério Norte. Atualmente, a Ásia é o maior produtor e consumidor e a América Latina ainda tem posição de menor destaque em produção e consumo. (Vide **Quadro II**).

No contexto latino-americano, o Brasil é o maior produtor, além de maior consumidor e exportador de papéis para imprimir e escrever. No ano passado, a produção brasileira foi 1,8 milhão toneladas de *offset*, para um consumo de 1,1 milhão de toneladas. Os demais países latino-americanos não produzem o suficiente para atender à própria demanda e o Brasil desempenha importante papel suprimindo a essa necessidade.

Analisando a evolução do consumo brasileiro de papel *offset*, verificamos que, de 1990 a 2003, se registrou taxa positiva de 4,3% ao ano; esse índice supera o PIB, situado entre 3% e 3,5%. A produção cresceu em média 3% ao ano.

O **Quadro III** mostra as condições de oferta e demanda de papel *couché* em diferentes mercados. Cabe destacar que Europa emprega tecnologia de ponta para a fabricação, produzindo papel de excelente qualidade. A Ásia tem consumo crescente, sobressaindo-se a China.

No ano de 2003, foram produzidas no Brasil 284 mil toneladas de *couché* e o consumo foi de 320 mil toneladas, suprimindo-se a falta do produto com importações basicamente da Europa e da América do Norte. Os demais países da América do Sul têm baixa produção desse tipo de papel. A produção brasileira cresceu 12% ao ano, no período de 1990 a 2003. Essa evolução significativa é decorrente

de mudanças implementadas nas linhas de produção de papel *offset* a partir de 1997, as quais foram adaptadas para a produção de papel revestido. "Acredito que, no futuro, o Brasil deixará de importar esse tipo de papel, produzindo o suficiente para suprir suas necessidades", afirmou Luciana Huneke.

Em papel não revestido com pasta, a Europa se destaca porque produz fibra longa em abundância, base para a matéria-prima utilizada na produção desse tipo de papel. Dentro dessa categoria, há dois tipos de papel: o sem brilho e o com brilho (supercalandrado). O papel supercalandrado é importante concorrente do papel tipo LWC e, em alguns segmentos, concorre com o *couché*. A América Latina produz apenas 200 mil toneladas desse papel.

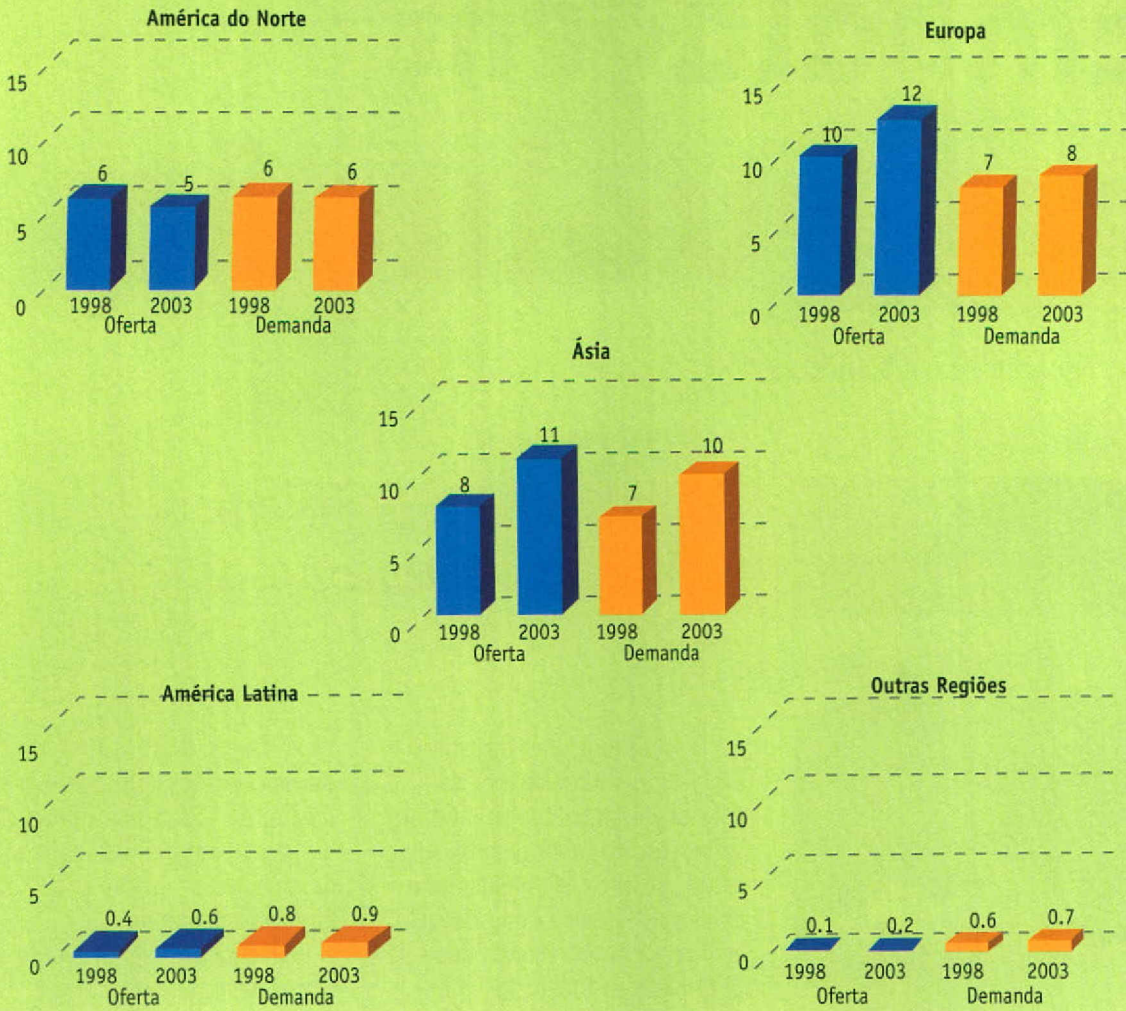
No Brasil, o consumo de papel não revestido com pasta registrou evolução de 2% ao ano, no período de 1990 a 2003, e a produção assinalou queda de 6%. No segmento de supercalandrado, o País é grande importador, sendo a Europa um potencial fornecedor; além disso, os europeus têm desenvolvido muito a qualidade dos papéis supercalandrados, quase equiparando o produto ao LWC.

Unindo fibra longa e tecnologia de ponta, a Europa lidera a produção de papel LWC. Na América Latina, a International Paper é a única produtora desse tipo de papel, capacitada para 204 mil toneladas/ano, face a um consumo de 182 mil toneladas/ano; portanto, 70% da produção da International Paper é destinada ao mercado doméstico, restando 30% para a exportação. Os europeus são os principais concorrentes do Brasil nos demais países da América Latina.

Dentre os fatores que contribuíram para a evolução da taxa de consumo do papel LWC no

1998 - 2003 (MM MT)

Quadro III - CFS - Oferta e Demanda - Revestido sem pasta



Fonte: RBSI - World Printing and Writing Forecast

período de 1990 a 2003, Luciana Huneke cita que até 1992, quando a Inpacel começou a produzir no Brasil, toda a demanda era suprida por importações; e esclarecendo que, quando há oferta local, a tendência é de que se desenvolva o consumo, uma vez que a proximidade com o fornecedor implica em melhor assistência técnica, flexibilidade de produção, rápido atendimento, etc. Além disso, nesse período houve o lançamento dos mais diversos títulos de revistas, impulsionando o consumo desse tipo de papel, e a forte concorrência entre as redes de supermercados, imprimindo volume significativo de tablóides para divulgação de suas ofertas. A produção registrou taxa de crescimento de 21% ao ano e

ao longo do tempo, tendo sido a Inpacel capaz de substituir parte das importações brasileiras.

É interessante estabelecer um parâmetro entre as regiões desenvolvidas e as regiões em desenvolvimento. A América do Norte e a Europa Ocidental são grandes consumidoras de papel revestido, enquanto o Brasil e a América Latina consomem mais papéis não revestidos. Seguindo a tendência de regiões mais desenvolvidas, Luciana Huneke acredita que, no decorrer do tempo, "os mercados de papéis revestidos registrarão maiores taxas de crescimento que os não revestidos".

Finalizando, ela mostra-se otimista em relação ao futuro dos papéis para imprimir e escrever, ressaltando que enquanto nos

Estados Unidos o consumo *per capita* é de 97 kg/hab/ano, na América Latina e no Brasil é de 9 kg/hab/ano, com perspectivas de evolução à taxa média anual de 2% até 2008; na China o consumo *per capita* atual também é de 9 kg/hab/ano e a expectativa de crescimento é de 5% ao ano até 2008.

***Luciana Huneke** é pós-graduada em Marketing pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) e graduada em Administração de Empresas pela PUCAMP (Pontifícia Universidade Católica de Campinas). Atua há seis anos no setor de papel e celulose, na empresa International Paper do Brasil Ltda., onde ocupa o cargo de gerente de planejamento de negócios.

Embalagem em evolução

Por: Eduardo Brasil Gonçalves*



No mercado de embalagens, estima-se crescimento de 4% ao ano até 2009

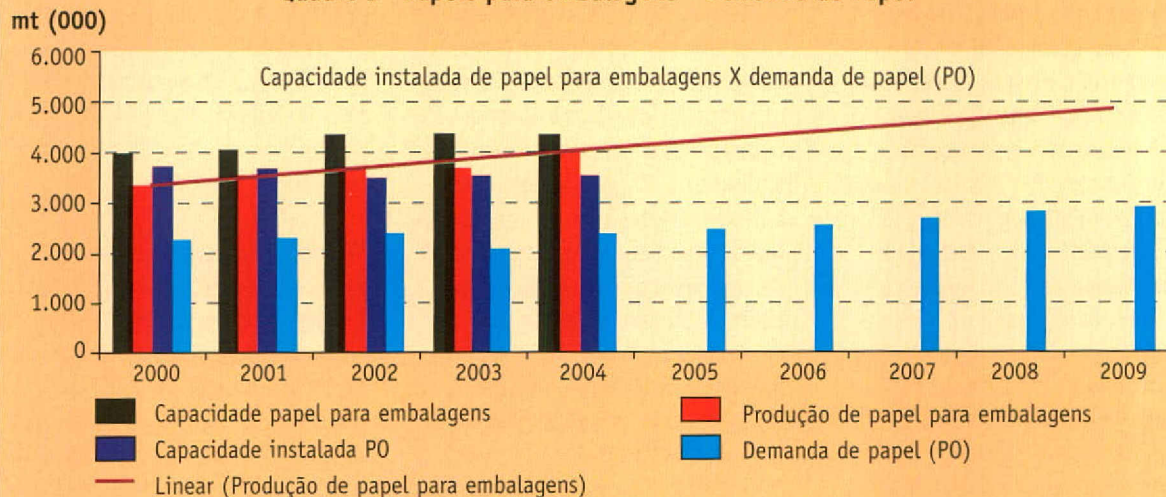
O conferencista Eduardo Brasil Gonçalves, diretor da Fábrica de Embalagens Valinhos, se mostra otimista quanto ao futuro do setor de embalagens em geral. "Mesmo com investimentos pesados, necessidade de informação e inovações constantes, além de infra-estrutura, há espaço para o setor crescer em consumo e produção", diz ele, estimando taxa de evolução

de 4% ao ano até o final da década. Ele ressalta que, em média, 60% de toda a produção de papéis para embalagens são destinados à fabricação de papelão ondulado.

Ao analisar o mercado de embalagem, Eduardo Brasil observa que, mesmo com as dificuldades dos últimos anos, a produção brasileira de papéis para embalagens cresceu 6%

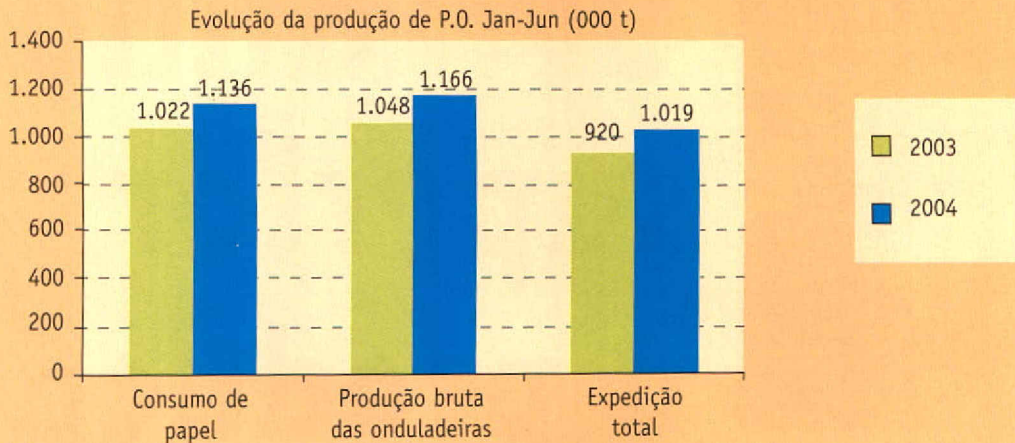
42
anave setembro outubro 2004

Quadro I - Papéis para embalagens - Demanda de Papel



- A produção anual de papéis para embalagens cresceu 5,3% em 2001, 5,4% em 2002, 0,4% em 2003 e 4,9% em 2004 (Jan-Mai).
- Expectativa de crescimento de 4% a.a. para os próximos anos.

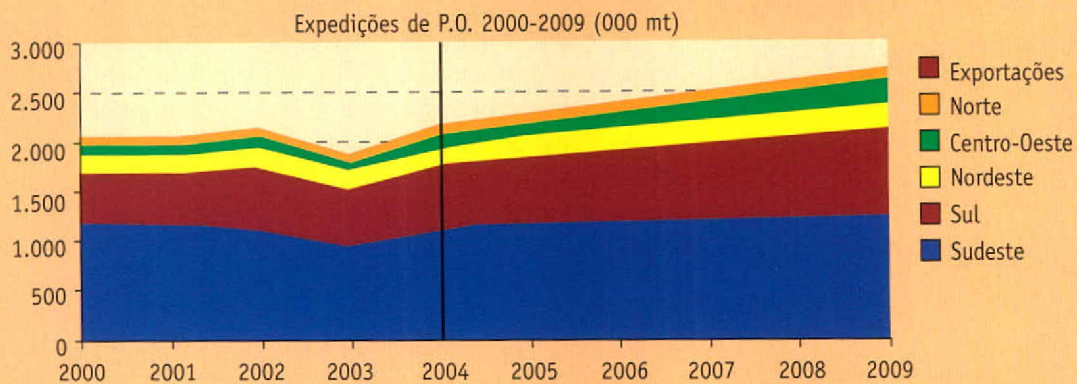
Quadro II - Papelão Ondulado - Expedições e Projeções



• De Jan-Jun a expedição de P.O. cresceu 11%

Fonte: ABPO

Quadro III - PAPELÃO ONDULADO - Expedições e Projeções



• Expectativa de 4-4.5% de crescimento para os próximos anos (2005-2009)

Fonte: ABPO e Rigesa (projeções)

entre 2001 e 2003, sendo que capa de 1ª (*kraftliner*), capa de 2ª (*testliner*) e miolo (*fluting*) representam aproximadamente 75% da produção de papéis para embalagem no Brasil.

De janeiro a maio de 2004, a produção cresceu 5% em relação ao mesmo período do ano passado. Esse dado indica que será mantida neste 2004 a média de evolução de 6% ao ano.

Analisando-se o **Quadro I**, verifica-se que a produção anual de papéis para embalagens cresceu 5,3% em 2001, 5,4% em 2002, 0,4% em 2003 e 4,9% em 2004 (janeiro a maio). Eduardo Brasil prevê que, entre o final de 2005 e início de 2006, o con-

sumo e a produção de papel para embalagem estarão num mesmo patamar, isso considerando a expectativa de evolução da ordem de 4% ao ano.

Papelão Ondulado

O segmento de papelão ondulado é muito significativo na análise do mercado de embalagens. A produção anual de PO foi de 3,46 bilhões de m² (1,89 milhões de toneladas). O segmento de papelão ondulado no ano de 2003 registrou queda de 12% em relação a 2002. Essa redução é considerada muito significativa, mas levando-se em consideração o desempenho do

primeiro semestre deste ano, verificamos a tendência de recuperação. (**Vide Quadro II**)

Otimista em relação ao futuro, Eduardo Brasil anuncia boas perspectivas de evolução em todo o País, com destaque para as regiões norte e centro-oeste, e finaliza estimando que, em 2004 e até 2009, essa taxa fique em torno de 4% a 4,5% ao ano. (**Vide Quadro III**)

Eduardo Brasil Gonçalves é formado em Administração de Empresas, atuando nas áreas Comercial e Industrial de Corrugados e Papel. É diretor da Fábrica de Embalagens Valinhos.



O segmento de papéis especiais é bastante promissor, sendo previsível o aumento do consumo e das importações desse produto.

Demanda superior à produção

Por: Rubens Bambini Junior*

Para compreender esse mercado, é preciso primeiro especificar o que são papéis especiais, já que a classificação desse tipo de produto difere de um país para outro. No entender de Rubens Bambini Junior, diretor de negócios da MD Papéis, papéis especiais são produtos com valor agregado, freqüentemente produzidos em pequenos lotes, nos quais se requerem tecnologias de processo e produto específica e onde, via de regra, fica bem nítida uma ou mais propriedades funcionais. São considerados papéis especiais, de acordo com a Bracelpa – Associação Brasileira de Celulose e Papel, os seguintes tipos:

- Absorventes para laminados
- Adabet para sapatos e painéis
- Base para carbono
- Base para cópias sem carbono
- Bastão
- Cartões para juntas e revestimento
- Cigarro
- Crepados
- Decorativos
- Desenho
- Filtrantes
- Heliográficos

- Kraft absorvente para impregnação
- Kraft especial para cabos elétricos
- Kraft especial para fios telefônicos
- Kraft especial para condensadores
- Papéis para utilização em envelopes
- Ponteiros
- Químicos
- Glassines, cristal, grease-proof, ou pergaminho (*)
- Outros

(*) Originalmente classificados como papéis para embalagens pela Bracelpa, mas incluídos no trabalho como especiais, em função da definição de papel especial utilizada pelo autor.

Tendência de Consumo

No período de 1990 a 1994, anterior ao plano de estabilização econômica, as vendas de papéis especiais no mercado brasileiro ficaram no baixo patamar de crescimento, com taxa de 0,88% ao ano. De 1995 a 2003, após o plano de estabilização econômica, há evolução de 4,59%.

Houve crescimento acentuado das vendas domésticas de papéis especiais a partir de 1997, notando-se um descolamento entre o consumo aparente e a realidade socioeconômica. Dentre os fatores que motivaram esse desempenho, podem ser citados:

- Gradativo ingresso do país na economia globalizada no período pós 1994;
- Grande avanço da automação industrial e de serviços;
- Modernização do parque industrial via importação de equipamentos;
- Forte tendência de aumento de oferta de produtos single e descartáveis;
- Maior consciência ambiental

via substituição de materiais extraídos da natureza.

Bambini sinaliza para um potencial de consumo, tendo em vista a baixa venda *per capita* do produto (em torno de 1kg por habitante/ano), e prevê para o período de 2004 a 2010 evolução das vendas domésticas acima do PIB, com perspectivas de aumento das importações de papéis especiais, por limitação de capacidade instalada e/ou redução da TEC (tarifa de importação).

Além disso, na visão dele, haverá gradativa conversão de unidades produtoras não integradas, de *commodities* para especiais, e prosseguirão as fusões e aquisições na estrutura da oferta, buscando maior escala

através de sinergia, concentração de produtos, diluição do custo de serviços pré e pós-venda. (Vide Quadro I)

**Rubens Bambini Junior é graduado em Engenharia Industrial Química pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI) e pós-graduado em Administração da Produção e Materiais pela UNIMEP-UNICAMP. Ingressou no setor de celulose e papel em 1979 como estagiário na produção de papéis da então unidade de São Paulo das Indústrias de Papel Simão S/A, empresa na qual desenvolveu carreira. Em 1993, transferiu-se para a então MD Nicolaus e, desde 1997, exerce o cargo de Diretor de Negócios.*

Quadro I - Histórico da venda interna e indicadores socioeconômicos

Ano	Vendas (ton. x 1000)	População (milhões hab.)	Variação PIB (%)	Venda (kg/hab./ano)	Conjuntura
1990	112,50	147,59	(5,05)	0,76	Plano Collor
1991	118,59	149,93	1,00	0,79	
1992	109,52	152,23	(0,54)	0,72	Impeachment
1993	107,12	154,51	4,92	0,69	
1994	118,59	156,78	5,85	0,75	Plano Real
1995	118,74	159,02	4,22	0,75	Crise México
1996	119,28	161,25	2,66	0,74	
1997	128,75	163,47	3,27	0,79	Crise Ásia
1998	147,70	165,69	0,13	0,89	Crise Rússia
1999	161,55	167,91	0,79	0,96	Maxi desvalorização R\$
2000	172,75	170,14	4,36	1,02	
2001	171,63	172,39	1,31	1,00	Apagão
2002	184,88	174,63	1,93	1,06	Eleição Presidencial
2003	177,88*	176,90**	(0,22)	1,01	1º ano Governo Lula

* Dados preliminares Bracelpa ** Estimativa

Setor gráfico exporta mais

Por: Mário César Martins de Camargo*



A indústria gráfica brasileira avançou muito no mercado externo nos últimos dois anos. Saiu de um déficit de US\$ 21,2 milhões para saldo positivo de US\$ 72,8 milhões em 2003, registrando o primeiro superávit comercial em mais de uma década.

Para ampliar as exportações de produtos gráficos brasileiros, a Abigraf – Associação Brasileira da Indústria Gráfica está desenvolvendo o programa Graphia, com investimentos de R\$ 8,6 milhões, montante integralizado parcialmente pelas 40 empresas que participam do programa (R\$ 3,6 milhões) e com subsídios da Apex – Agência de Promoção de Exportações do Brasil (R\$ 3,4 milhões) e Sebrae – Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa (R\$ 1,6 milhão). Mário César Martins de Camargo, presidente da Abigraf, explicou no Fórum Anave' 2004 a importância desse programa e fez um alerta, o preço do papel no mercado interno pode ser o principal obstáculo para a exportação de produtos gráficos.

No ano de 2003, pela primeira vez, a balança comercial de produtos gráficos foi superavitária. Em parte, esse superávit deveu-se à violenta queda nas importações, mas também houve aumento das exportações (Vide Quadro I). Na visão de Mário César, o volume exportado tende a

Ano	Export.	%	Import.	%	Saldo
1999	125,6	(2,6)	274,3	(36,4)	(148,7)
2000	150,6	19,9	264,3	(3,6)	(113,7)
2001	146,1	(3,0)	234,8	(11,2)	(88,7)
2002	138,9	(4,9)	160,1	(31,8)	(21,2)
2003	188,1	35,4	115,5	(27,9)	72,6

evoluir, porque as gráficas que se iniciaram no mercado externo vêem nesse negócio uma âncora de estabilidade que não pode ser desprezada.

Ao se deparar com um cenário caracterizado por mercado interno estagnado, empresas com dívidas a saldar em euros, num montante estimado em US\$ 600 milhões e verificando que as exportações brasileiras de produtos gráficos eram insignificantes (4% do PIB versus Colômbia exportando 30% do PIB), a Abigraf decidiu, no ano de 2003, implementar esse programa de incentivo à exportação, com prazo previsto de 24 meses de vigência, já prorrogado para 36 meses.

A venda de produto acabado para mercados internacionais agrega valor ao papel, numa proporção de 80% levando em conta o custo de exportação (US\$ 560/tonelada de papel x US\$ 1050/tonelada de livro).

Hoje há quatro setores envolvidos no projeto: papelaria, editorial, promocional e embalagem. As empresas participantes estão localizadas no Estado de São Paulo.

Como ações promocionais do setor objetivando aumentar participação no mercado externo, em um primeiro momento o programa adotou como estratégia participar de feiras internacionais como a Fach Pack e Feira do Livro, realizadas na Alemanha, e o Americas' Food and Beverage Show, americano, dentre

outros eventos. Depois se optou pelo modelo de Missão Comercial e, segundo Mário César, essa modalidade já tem trazido resultados, com empresários do exterior visitando gráficas brasileiras e fechando negócios.

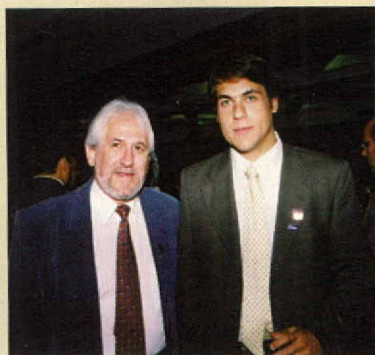
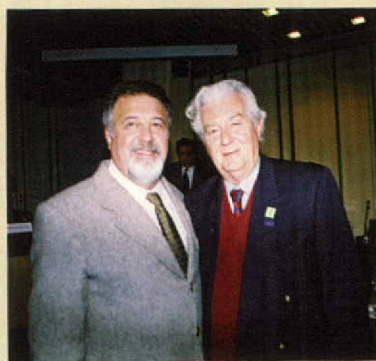
Já foram realizados mais de 250 contatos comerciais. Há negócios em fase de definição nos seguintes montantes: papelaria – US\$ 20 milhões, editorial – US\$ 3,5 milhões, promocional – US\$ 3 milhões e embalagem já registrando um ciclo de US\$ 3 milhões/mês. Esses valores representam os seguintes volumes em papel: Papelaria – 2050 t, embalagem – 1.200 t, promocional – 2.800 t e editorial – 400 t.

Mário César Camargo encerrou destacando que o principal obstáculo para a expansão do setor gráfico no exterior é preço, 25 a 30% acima do local e, segundo ele, o preço do papel não é competitivo.

**Mário César Martins de Camargo é administrador de empresas pela Fundação Getúlio Vargas e bacharel em Direito pela Faculdade de São Bernardo. Diretor-presidente da Gráfica Bandeirantes (1992-2004); ex-presidente da ABTG- Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica; ex-presidente da ABIGRAF São Paulo; presidente da ABIGRAF Nacional (2001-2004) e presidente do Sindigraf (2004-2007).*

social

29º Fórum de Análise - Anave 2004





DIRETORIA EXECUTIVA**PRESIDENTE**

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

VICE-PRESIDENTE

Theodolindo de Oliveira Borges
Klabin S.A.

DIRETOR EXECUTIVO

Jahir de Castro
Jahir de Castro Papéis Ltda.

DIRETOR SECRETÁRIO

Edison José Raulickis
Two Embalagens Ltda.

DIRETOR SOCIAL

Aparecido Salomé Vianna
Resmapel Conv. e Com.
de Papel Ltda.

DIRETOR CULTURAL

José Roberto Baldini
R. Baldini Soluções
Empresariais S.C. Ltda.

DIRETOR TESOUREIRO

Edemir Facetto
Papyrus Indústria de Papel S.A.

DIRETOR DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Eduardo Alvarez
Urupel Representaciones &
Importaciones

DIRETOR DE PATRIMONIO

José Roberto Fazzolari
Artivinco Ind. e Com. de
Papéis e Embalagens Ltda.

DIRETOR DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Marco Antônio Luiz M. Bodini
Trianon Painéis

SÓCIOS BENEMÉRITOS

- Alberto Fabiano Pires
- Jahir de Castro
- José Tayar

SÓCIOS EMÉRITOS

- Abrahão Zarzur
- Aldo Sani
- Alfredo Claudio Lobl
- Angela Regina Pires Macedo
- Anís Alberto Aídar

- Archivaldo Reche
- Boris Tabacof
- Celso Edmundo Bochetti Foelkel
- Dante Emílio Ramenzoni
- Gastão Estevão Campanaro
- Geraldo Alckmin
- Hamilton Terni Costa
- José Carlos Bim Rossi
- Josmar Verillo
- Martti Kristian Soisalo
- Miguel Sampol Pou
- Milton Pilão
- Osmar Elias Zogbi
- Raul Calfat
- Ruy Haidar
- Sergio Antonio Garcia Amoroso

CONSELHO VITALÍCIO

- Adhemur Pilar Filho**
Apiflex Indústria e Comércio Ltda.
- Alberto Fabiano Pires**
APR - Assessoria Plan. e Com. Ltda.
- Antonio Pulchinelli**
Nobrece S.A. Celulose e Papel
- Antonio Roberto Lemos de Almeida**
Indústria de Papel Goiás Ltda.
- Caetano Labbate**
Scritry Artefatos Ltda.
- Cláudio Henrique Pires**
Atual Formulários e Impressos Ltda.
- Clayrton Sanchez**
Clasan Papéis Ltda.
- Fernando Manrique Garcia**
Bahia Sul Papel e Celulose S.A.
- Francisco Silveira Prado**
- Loê Cabral Velho Feijó**
- Miguel Cozzubo Neto**
- Neuvir Colombo Martini**
- Paulo Vieira de Sousa**
PV Representações S.C. Ltda.
- Vicente Amato Sobrinho**
CMB - Papéis e Serviços Ltda.

CONSELHO DELIBERATIVO**PRESIDENTE**

Pascoal Spera
Representações Spera S.C. Ltda.

VICE-PRESIDENTE

Mário Aparecido Spera
Representações Spera S.C. Ltda.

SECRETÁRIO

César Magno P. Ribeiro
Papel Ecológico Com. Ltda.

CONSELHEIROS

- César Galantini Neto**
Ibema Cia. Brasileira de Papel
- Concentina I. Fantone**
Vitália Com. de Papéis Ltda.
- Flávia Vilhema de Toledo**
Paper Trade Comércio Internacional Ltda.
- Gastão Estevão Campanaro**
- Ivo Luiz Pasinato**
Resmapel Conv. e Com. de Papel Ltda.
- Jorge José de Ávila**
- José Henrique Ribeiro dos Santos**
Grupo Ebapi Ltda.
- José Tayar**
Incofitas Indústria Comércio e Representação Ltda.
- Liana Baggio**
LB Representações
- Luiz Maria de Oliveira**
- Márcio Pagliuso Basso**
Resmapel Conv. e Com. de Papel Ltda.
- Marta Maria Boni**
Paper Trade Comércio Internacional Ltda.
- Maurício Carlos Alarcão**
Suzano Bahia Sul Papel e Celulose S.A.
- Miguel Maluhy Neto**
Representações Maluhy S.C.
- Oswaldo Ferrari**
Papéis e Papelaria "O Grande de São Paulo"
- Paulo Sérgio Menezes Garcia**
Kalunga Comércio Ind. Gráfica Ltda.
- Renato Akio Kimura**
Papers Assessoria de Vendas S.C. Ltda.
- Sergio Lima Pivello**
Brasilcote Ind. de Papéis Ltda.
- Sergio Luiz Canela**
Ripasa S.A. Celulose e Papel
- Sidney Moraes**
Arapoti Representações S.C. Ltda.
- Valdir Premero**
Inpacel Ind. de Papel Arapoti S.A.
- Wander Antônio de Andrade Figueiredo**
Wander Antônio de Andrade Figueiredo ME

CONSELHO FISCAL EFETIVOS

- Benedito Ramos Lins**
Ricci Paper Comercial Papeleira Ltda.
- Waldemir José de Carvalho**
Santa Clara Ind. de Pastas e Papel Ltda.
- Werner Klaus Bross**
Suzano Bahia Sul Papel e Celulose S.A.

CONSELHO FISCAL SUPLENTE

- Adilson Manoel Silva**
Ecológica Papéis Ltda.
- Maurício Bellati**
Pinho Past Ltda. Indústria de Papel e Papelão

SÓCIOS PATROCINADORES

- International Paper do Brasil Ltda.
- Klabin S.A.
- Nobrecel S.A. Celulose e Papel
- Papyrus Indústria de Papel S.A.
- Norske Skog Pisa Ltda.
- Ripasa S.A. Celulose e Papel
- Suzano Bahia Sul papel e Celulose S.A.
- Votorantim Celulose e Papel - VCP

SÓCIOS COLABORADORES

- Bignardi - Ind. e Com. de Papéis e Artefatos Ltda.
- KM Ind. e Com. de Papel Ltda.
- Resmapel Conversão e Com. de Papel Ltda.
- Schweitzer-Mauduit do Brasil

SÓCIOS INCENTIVADORES

- Avery Denisson do Brasil Ltda.
- Inpacel - Ind. de Papel Arapoti S.A.
- Labate Papéis, Máquinas e Suprimentos Ltda.
- MD Papéis Ltda.
- Pilão S.A. Máquinas e Equipamentos
- Planalto Indústria de Artefatos de Papel Ltda.
- Samab - Cia. Ind. e Com. de Papel

■ **ABTCP'2004 - 37º Congresso e Exposição Anual de Celulose e Papel**

De 18 a 21 de Outubro - Tansamérica Expo Center - São Paulo - SP
 Informações - Tel.: (11) 3874-2714
 site: www.abtcp.org.br -
 e-mail: milena@abtcp.org.br -

■ **13th Automation Fair**

De 27 e 28 de outubro - 8h30 às 17h30 - Orange County Convention Center, Orlando, Florida, EUA
 Mais informações:
 Tel.: (11) 3618.8761
 site: www.automationfair.com

■ **XIX Congresso Latino-americano - 68ª Sámblea General de Conlatingraf**

3 a 7 de novembro
 Hotel Sheraton - México - DF
 Informações:
 Tel.: (52555) 544-4127
 e-mail: uilmac@uilmac.com.mx

■ **XVI Prêmio de Excelência Gráfica Fernando Pini**

24 de Novembro - Olympia São Paulo - SP
 Informações:
 Tel.: (11) 5087-7777
 site: www.abigraf.org.br
 e-mail: abigraf@abigraf.org.br

Prêmio

Vendedor do Ano

Anave

26 de Outubro 2004

Informações:
(11) 3284-0998

Assine a Revista Anave



e descubra oportunidades para a expansão dos negócios

Para mais informações ligue para:

(11) 6424-2419

A ANAVE agradece o apoio das empresas que patrocinaram o Fórum Anave 2004



PATROCINADORES:



APOIO INSTITUCIONAL:





Voith - Engineered reliability

Conceito que traz o mundo até você.

Alcançar a amplitude do conceito da Voith não é fácil. Para isso, devemos ter em mente idéias, como: inovação, comprometimento, competência, solidez, investimento em pesquisa e desenvolvimento, tecnologia, eficiência, enfim,

Engineered reliability traduz-se no compromisso e na dedicação da Voith em oferecer sempre as melhores soluções. Voith. 40 anos trazendo o mundo até você.

www.voithpaper.com

Voith Paper

VOITH
Engineered reliability