

REVISTA

ANO 25
EDIÇÃO 124

Dabra R\$11,95
editora

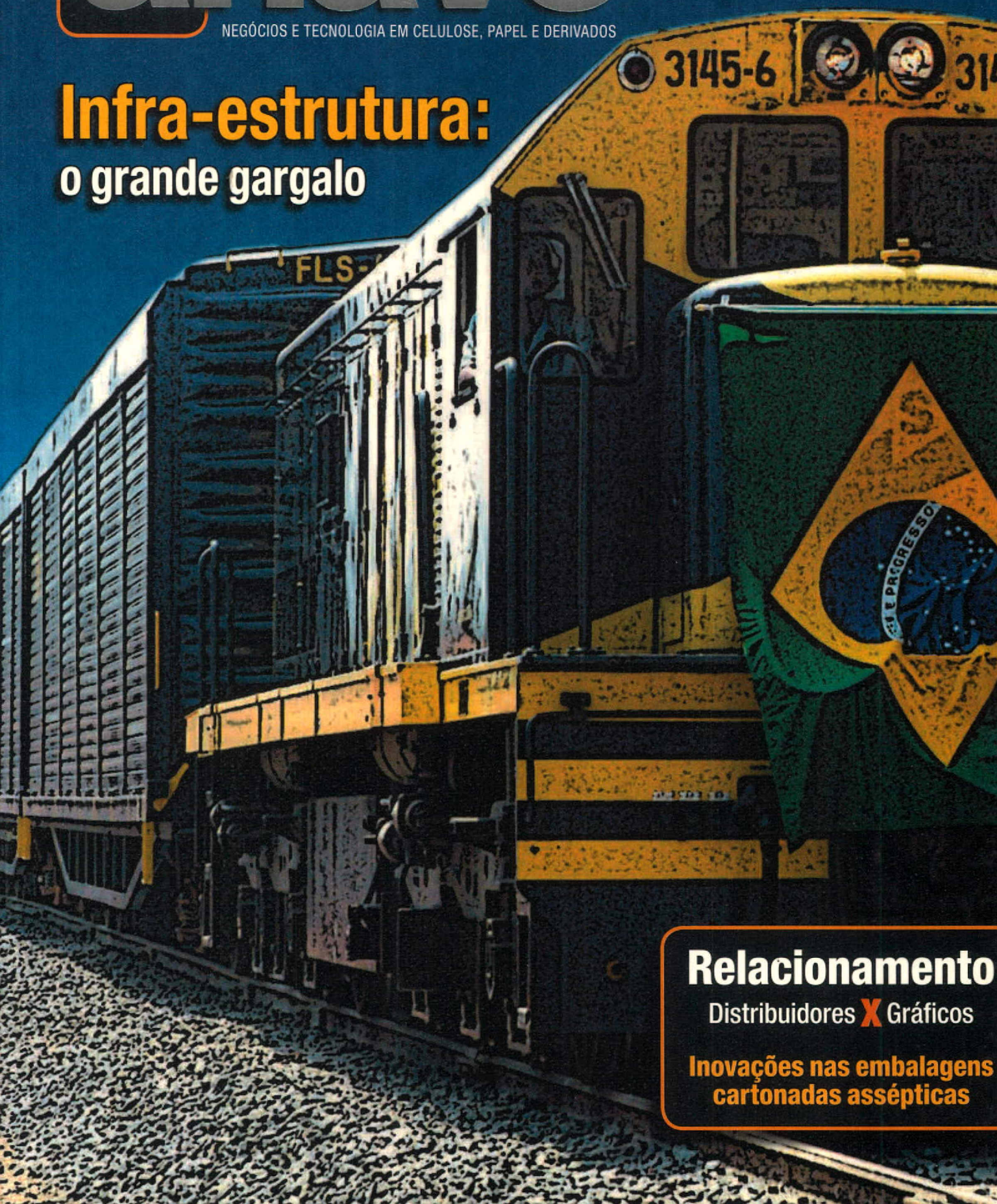
ISSN 0102-4329



anave

NEGÓCIOS E TECNOLOGIA EM CELULOSE, PAPEL E DERIVADOS

Infra-estrutura: o grande gargalo



Relacionamento

Distribuidores X Gráficos

**Inovações nas embalagens
cartonadas assépticas**

O maior evento de análise
do mercado de celulose e papel.



Mercados e Paradigmas

Coordenação: Alfredo Behrens

Expediente



Diretor Editorial
Claudinei Pereira
claudinei@dabra.com.br



Diretor Comercial
Nivaldo Deliberalli
nivaldo@dabra.com.br



Gerente Administrativo e Financeiro
João Squizzato
joao@dabra.com.br



Gerente de Circulação
Lucylene Barbosa
lucylene@dabra.com.br



Gerente de Eventos
Jorge Barros
jorge@dabra.com.br



Assistente Administrativo
Helena Magalhães
helena@dabra.com.br



Editora Assistente e Jornalista responsável
Patrícia Paixão MTb 30.961
patricia@dabra.com.br



Recepção
Amanda Regina
amanda@dabra.com.br



Editor Assistente
Luiz Emanuelli
luiz@dabra.com.br



Contato de Publicidade
Felipe Deliberalli
felipe@dabra.com.br



Jornalista
Renata Durães
renata@dabra.com.br



Contato de Publicidade
Ana Paula Afonso
ana@dabra.com.br



Jornalista
Vivian Pereira
vivian@dabra.com.br



Assinaturas
Miriam Targon
miriam@dabra.com.br



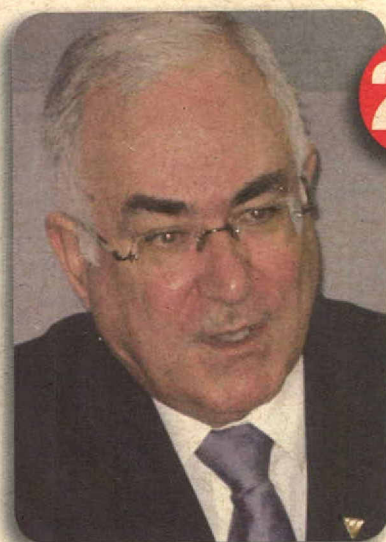
Editor de Arte e Projeto gráfico
Cesar Mangiacavalli
cesar@dabra.com.br



Assinaturas
Ednalva Matias
ednalva@dabra.com.br



Redatora
Priscila Quesada
priscila@dabra.com.br



22

Entrevista

Um dos executivos mais respeitados da indústria de papel e celulose fala sobre a sua trajetória profissional, a posição da VCP no mercado e os planos da empresa para o futuro

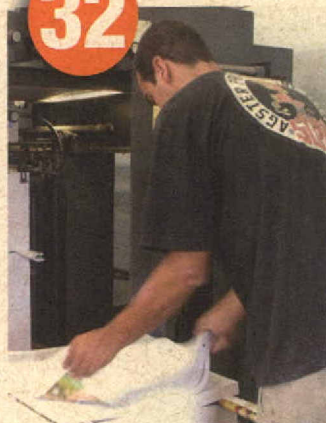
Produto

Tecnologia de ponta é empregada na fabricação de embalagens cartonadas assépticas, desenvolvidas com o intuito de dar a máxima proteção aos alimentos. Veja as inovações que as empresas dessa área estão desenvolvendo

26



32



Artigo Técnico

O papel possui uma série de características que influenciam diretamente a produção gráfica. Para garantir uma boa performance na impressão é necessário dominar tais características, como as propriedades químicas. Confira!

REVISTA **anave**

A Revista ANAVE é uma publicação bimestral, com tiragem de 5.000 exemplares e distribuída em todo o território nacional. Tanto a Revista ANAVE como o Informativo Online ANAVE (publicação quinzenal enviada para mais de 22.000 profissionais do setor), desde fevereiro de 2006, passaram a ser produzidos pela DABRA EDITORA, que assumiu a responsabilidade pela elaboração, desenvolvimento, jornalismo, comercialização, produção e distribuição desses veículos.

Para assinar a revista:
Ligue (11) 6604-3211
assinaturas@dabra.com.br

Para anunciar na revista
e discutir a criação de estratégias de marketing para o seu produto ou serviço:
Ligue (11) 6605-5522
comercial@anave.com.br

Para falar com a redação:
Ligue (11) 6605-5522
redacao.anave@dabra.com.br

Dabra
editora

Rua dos Capitães Mores, 175
Mooca, São Paulo SP
CEP 03167-030
Tel. (11) 6605-5522
Fax (11) 6604-2272

Não é permitida a reprodução parcial ou total de textos ou matérias publicadas, exceto com autorização da DABRA EDITORA LTDA. Os artigos assinados por colaboradores não refletem necessariamente a opinião da revista, da editora e da ANAVE - Associação dos Profissionais de Venda de Papel, Celulose e Derivados. A editora não se responsabiliza por informações ou teor dos anúncios publicados. As seções "Cartas" e "ANAVE em AÇÃO" são facultativas e dedicadas aos serviços e às ações da Associação ANAVE. Na seção "Cartas" poderão ser publicadas cartas ou e-mails enviados à redação. As cartas endereçadas à ANAVE são de responsabilidade da própria Associação.

31^o Fórum ANAVE

O mais importante evento do setor
está de cara nova!

Novos painéis, palestrantes de peso e a inserção da indústria brasileira de papel e celulose numa análise de conjuntura da política e da economia nacional. O Fórum ANAVE 2006, o evento mais importante do setor, está imperdível nesta sua 31ª edição.

Inovando em relação aos anos anteriores, sob a coordenação de Alfredo Behrens, Ph.D. pela Universidade de Cambridge e autor do livro "Culture and Management in the Americas", o Fórum será iniciado com uma inserção do setor de papel e celulose na realidade política e econômica nacional. O consultor político e colunista da Folha de S. Paulo, **Roberto Mangabeira Unger**, fará uma análise da atual conjuntura no campo político, tocando em questões fundamentais de nossa sociedade, que devem ser repensadas num ano eleitoral. Posteriormente o evento contará com a análise econômica de **Paulo Nogueira Batista Jr**, professor e pesquisador da FGV e autor de diversos livros, dentre eles "O Brasil e a economia internacional". Paulo Nogueira apontará novos caminhos para uma postura mais soberana de nossa economia.

Levando o debate para a esfera internacional, o evento trará a palestra de **Kurt Schafer**, diretor da área de fibra da Resource Information Systems Inc (RISI), que falará sobre o mercado externo, um tema essencial para nossas empresas, que são eminentemente exportadoras.

O consultor **Stephen Kanitz**, mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Harvard, completa o quadro de palestrantes do Fórum, focando sua análise na competitividade da indústria nacional de papel e celulose. Kanitz destacará a importância do setor e o lugar estratégico que o investimento em pesquisas deve ocupar.

Os principais CEOs de nossa indústria participarão como debatedores do encontro, dentre os quais o presidente da VCP, José Luciano Penido, com a presença já confirmada.

O Fórum ANAVE 2006 ainda contará com seis painéis simultâneos, distribuídos nos dois dias do evento, com assuntos de interesse específicos dos executivos do setor.

Não perca!
Inscrições limitadas.

telefone (11) 3284-0998

www.anave.org.br

anave



34

Desenvolvimento e Inteligência

Uma das ferramentas mais valiosas na gestão ambiental, a ISO 14001 vem sendo adotada sistematicamente pelas empresas de celulose e papel. Confira os desafios e benefícios trazidos pela implementação dessa norma



49

Papel na História

Visto como um grande empreendedor e um exemplo de vida a ser seguido, Leon Feffer foi o descobridor da fibra curta de eucalipto, que revolucionou a fabricação de papel no Brasil e no mundo

Ano 25
Edição 124
MAR/ABR 2006



Foto da capa: divulgação VCP

- 8** **CARTAS**
Comentários sobre a ANAVE número 123
- 10** **ANAVE EM AÇÃO**
Prêmio 'Homenagem do Ano', A nova diretoria da ANAVE e o evento da RISI
- 14** **MERCADO**
Desafios e alternativas para infra-estrutura do setor papelero
- 18** **STAKEHOLDERS**
O status da relação entre gráficos e distribuidoras de papéis
- 38** **LOGÍSTICA & DISTRIBUIÇÃO**
Como fabricantes e distribuidoras enfrentam os entraves da distribuição de papel Cut Size
- 42** **TECNOLOGIA**
Empresas de C&P apostam em softwares de gestão de produção
- 44** **FOCO**
Lançamentos, análises e os principais acontecimentos do mercado
- 48** **FÓRUM**
Profissionais debatem sobre a polêmica que cerca a instalação das fábricas de celulose entre o Uruguai e a Argentina



Ficha técnica



www.anave.org.br

Editoração eletrônica

InDesign • Photoshop • Illustrator

Arquivos digitais

No padrão internacional PDF/X-1a:2001 normalizado pela ISO (Organização Internacional de Normalização).

CTP, impressão e acabamento

Atrativa Gráfica • São Paulo SP

Papel da Capa

Cartão WTL 280 g/m² - 100% reciclado
Fornecido por:



Papel do Miolo

Ecomillennium 120 g/m²
Fornecido por: Gordinho Braune



A Associação dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados congrega profissionais, empresas e entidades congêneres. De forma atuante, reflete as necessidades técnico-culturais em busca da crescente competitividade do setor, tanto nacional como internacionalmente. As atividades da ANAVE estão centradas no constante intercâmbio de conhecimentos, nas experiências com negócios e na integração com a sociedade, bem como em ações que fortaleçam seus associados, clientes e fornecedores, sejam técnicas, políticas ou econômicas.

Presidente
Fernando Franzoni
franzoni@anave.org.br

Vice-Presidente
Helder Kanamaru
kanamaru@anave.org.br

Diretor Executivo
Jahir de Castro
jahir@anave.org.br

Gerente de Marketing
Henrique Neto
henrique@anave.org.br

Diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios
Alfredo Behrens
alfredo@anave.org.br

ANAVE
anave@anave.com.br
Av. Brigadeiro Luiz Antônio,
1404 Unidade 21 A
São Paulo SP
CEP: 01318-001

Tel.: (11) 3284-0998
Fax: (11) 3284-1457



Fernando Franzoni
Presidente

A indústria indica o norte

A falta de investimento em infra-estrutura, um dos principais gargalos no escoamento da produção das empresas do nosso setor, que são eminentemente exportadoras, é o assunto da reportagem de capa desta edição. O tema também foi um dos pontos-chave debatidos no "Congresso da Indústria - Reformar para Crescer", promovido pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), em 25 e 26 de maio, em São Paulo, e que reuniu cerca de 2000 pessoas, entre executivos, políticos e economistas.

O congresso, que amplificou a voz do empresariado nacional por condições adequadas para o crescimento sustentável e para a competitividade, traçou propostas para a melhora no quadro de infra-estrutura brasileiro e apontou reformas estruturais e medidas importantes para o crescimento do nosso mercado.

Sobre o problema de infra-estrutura, o evento reivindicou o estabelecimento de um sistema regulatório, que proporcione segurança e garanta a participação do setor privado em novos empreendimentos.

As demais propostas sugeridas pelos participantes, que se reuniram em grupos temáticos para a discussão, tratam de temas que refletem os anseios da indústria nacional: a necessidade de uma reforma tributária eficaz, que tenha como objetivo a redução e

a redistribuição da carga tributária, a diminuição do número de tributos e contribuições, a implantação do Imposto de Valor Adicionado (IVA) federal (substituindo o IPI, ICMS, ISS, PIS e a CONFINS) e a desoneração dos investimentos e das exportações; a transformação da Câmara de Comércio Exterior (Camex) num órgão efetivo de coordenação e definição de estratégias claras com relação ao comércio exterior; a redução dos gastos públicos, com medidas como o estabelecimento de um teto para a evolução do dispêndio público real abaixo do crescimento do PIB; a criação de um programa de capacitação em gestão empresarial ambiental e de um sistema de informações ambientais; e a flexibilização das relações de trabalho e criação de um sistema previdenciário diferenciado.

Todas as propostas foram reunidas num documento, que será entregue em julho, pela Fiesp, aos principais candidatos à Presidência da República.

Parabenizamos a entidade e todos os participantes do congresso pela iniciativa e aguardaremos o posicionamento de nossos presidentes sobre cada um dos pontos elencados por esse documento, que representa as reivindicações de todos os setores da indústria nacional.



Helder Kanamaru
Vice-Presidente



SUZANO
PAPEL E CELULOSE



Com o Couché Suzano,
os detalhes saltam.

Tenha impressões com cores puras, uniformes e de grande impacto, possíveis devido à dupla camada de revestimento que só o Couché Suzano tem. Sua imagem vai ganhar em nitidez e saltar aos olhos de quem vê. Dupla camada, uma tecnologia que só a Suzano produz no Brasil.

Reflex, Silk e Matte.

**COUCHÉ
SUZANO**
O Couché Couché

Desde a última edição, a redação da Revista ANAVE recebeu diversos e-mails com mensagens, agradecimentos e comentários sobre a sua reformulação e sobre o informativo eletrônico quinzenal da ANAVE. Confira algumas dessas mensagens. Aproveitamos para convidar você, nosso leitor, a participar da seção "Cartas", enviando sua mensagem para o e-mail redação.anave@dabra.com.br ou pelo correio para o endereço: Rua dos Capitães Mores, 175, Mooca, CEP: 03167-030, São Paulo, SP. Sua participação será muito bem-vinda!

AINDA SOBRE A INVASÃO À ARACRUZ:

Carta enviada pelo presidente da Aracruz Celulose, Carlos Aguiar, em agradecimento ao comunicado publicado pela ANAVE, lamentando a invasão feita pela Via Campesina, em 8 de março, a um campo de pesquisa da empresa:

"Aracruz, 28 de março de 2006

Prezado Sr. Fernando Franzoni

Muitos brasileiros acompanharam com perplexidade e indignação o noticiário sobre a invasão e a destruição, no dia 8 de março, do laboratório de pesquisas e do viveiro de mudas da Aracruz, no Rio Grande do Sul. Foram muitas também as manifestações de solidariedade que recebemos diretamente e através da imprensa.

Todo este movimento de compreensão e apoio foi recebido com emoção pelos milhares de trabalhadores, colaboradores e parceiros da Aracruz. Tivemos a oportunidade de perceber o reconhecimento não só do trabalho de construção de uma grande empresa brasileira, mas também do propósito de contribuir para o desenvolvimento do país.

Este conforto é ainda maior no momento em que a Aracruz é alvo de um conjunto de pressões e agressões de grupos que pleiteiam terras e que agem para ocupar e tomar à força propriedades produtivas, desafiando os fundamentos da sociedade democrática.

Como é conhecido, estes grupos recebem apoio de organizações no país e no exterior, que têm objetivos alheios e agem sem compromisso com a verdade, denegrindo a imagem de empresas líderes que possam simbolizar as causas que combatem.

É em circunstâncias como essa que pronunciamentos de compreensão e solidariedade têm maior significado. Desejo, assim, expressar o nosso agradecimento por sua manifestação condenando a agressão que sofremos e nos reconfortando.

Quero também reiterar que a Aracruz e seus acionistas compreendem e apóiam os esforços para a superação dos grandes desafios sociais do Brasil, entendendo, porém, que a única forma legítima e eficaz é o respeito às regras do estado de direito, que asseguram o ambiente necessário para o trabalho, a produção e o progresso.

Cordialmente,

Carlos Aguiar
Presidente & CEO
ARACRUZ CELULOSE S.A."

Sobre o editorial do Informativo Eletrônico nº 73 da ANAVE a respeito da proposta de minireforma constitucional da Fiesp:

"Gostei muito do editorial sobre a minireforma constitucional. Por considerá-lo oportuno e importante, gostaria de informar-me melhor do andamento deste projeto no intuito de colaborar"

Andrés Romero

Presidente da Associação Nacional dos Distribuidores de Papel (Andipa)

SOBRE A REFORMULAÇÃO DA REVISTA ANAVE:

"Excelentes artigos, sobre os mais diversos assuntos e interesses, leitura fácil para o cotidiano. Excelente produção com diagramação e fotos expressivas. Material de muito boa qualidade. Parece um bom livro, ricamente ilustrado. Parabéns a todos os responsáveis por esta bela produção."

BN Papeis
Carlos Stein

"Estamos satisfeitos com a transformação da revista ANAVE, tornando-se ainda mais interessante e dinâmica"

Paulo Pedote
Gerente da Indústria de Papel e Celulose - DOW

"A nova revista ANAVE representa com méritos o setor de celulose e papel. Ficou com visual mais atrativo e moderno, reportagens muito interessantes e um ótimo veículo de informação. Parabéns a todos os envolvidos"

Renato Martinelli
Votorantim Celulose e Papel - VCP
Comunicação e Responsabilidade Social

"Ótima sobre todos os aspectos, inclusive elogiada por todos que receberam."

Pascoal Spera
Representação Spera

Os textos aqui publicados podem sofrer adaptações ou serem publicados parcialmente, no entanto, mantendo a integridade das idéias e objetivos defendidos. A necessidade de edição deve-se unicamente à questão do espaço editorial disponível para a seção "Cartas".



Foto de alunos da Escola Estadual Antonio José de Siqueira. Esta escola foi entregue pela VCP em 2002 à comunidade do bairro São Silvestre, no município de Itacaré/SP.

De uma pequena oportunidade nasce um grande cidadão.

A Votorantim Celulose e Papel acredita que o futuro pode e deve ser melhor do que o presente. Assim, mais do que produzir, a Empresa mantém fortes compromissos com a sociedade. Faz do investimento social, da conservação do meio ambiente e do crescimento econômico os seus principais focos de atuação.

Prova disso são as ações destinadas ao desenvolvimento e inclusão social, à educação e ao fortalecimento da preservação ambiental.

A VCP sabe que para garantir um futuro às próximas gerações é preciso trabalhar com responsabilidade, e faz isso investindo em iniciativas que transformam pequenos jovens em grandes cidadãos.

 **Votorantim** | Celulose e Papel

PRESENTE RESPONSÁVEL. FUTURO SUSTENTADO.

www.vcp.com.br

Renata Durães

Numa noite agradável, profissionais e executivos representam o setor papelero



Homenagem do Ano

ANAVE premia profissionais e empresa de destaque do setor

Uma noite de homenagens, reconhecimento e descontração. Assim foi a trigésima edição de um dos eventos mais importantes do setor de celulose e papel, o Prêmio "Homenagem do Ano", realizado pela ANAVE, no último dia 18 de maio, no salão promocional da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP). O prêmio é uma forma de homenagear aqueles que se destacaram pela promoção da indústria papelera, por meio de ações inovadoras, políticas de responsabilidade social e ambiental, relacionamento com parceiros e uma postura ética e empreendedora. Neste ano, José Luciano Penido, presidente da Votorantim Celulose e Papel (VCP), a empresa Aracruz, representada no evento pelo diretor comercial João Felipe Carsalade, e o presidente da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), Mário César de Camargo, foram os homenageados. Penido foi premiado como Personalidade do Setor, pelas ações de relevância e de engrandecimento da indústria papelera, tomadas à frente da VCP. A Aracruz, pela sustentabilidade econômica e ambiental, por todo investimento em pesquisa e pelas ações sociais promovidas junto às suas comunidades. Mário César Camargo foi homenageado como Personalidade Extra-Setor, pela promoção de medidas e atitudes benéficas e convergentes com o setor de papel e celulose.

De acordo com Fernando Franzoni, presidente da ANAVE, o Prêmio Homenagem do Ano "significa um incentivo e um reconhecimento de todo o segmento papelero e das pessoas que fazem pelo setor, as que

mais se destacaram e os investimentos que foram feitos". Para chegar a esses nomes, "foi realizada uma votação entre as entidades do setor e representantes de várias empresas", afirma Franzoni. Os homenageados receberam o troféu "Mico Leão Dourado". O troféu tem esse nome devido ao fato do mico leão ser um animal salvo da extinção, porque a sociedade percebeu a tempo o risco que a espécie corria e agiu em defesa dela. Já o profissional de vendas, apesar das mudanças devido à modernização tecnológica, vem se adequando às inovações, sobrevivendo e cumprindo o próprio papel no mundo dos negócios.

Líder mundial na produção de celulose branqueada de eucalipto, respondendo por cerca de 30% da oferta global do produto, a Aracruz Celulose foi a empresa premiada na categoria "Destaque Empresa", que homenageia a companhia que mais se destacou no ano anterior por ações desenvolvidas para promoção dos recursos humanos, sustentabilidade corporativa e ambiental e pela atuação de marketing e vendas aliados ao desenvolvimento de produtos e relacionamento. "Recebemos esse prêmio com grande orgulho, principalmente, porque ele reflete um trabalho não só desse ano, mas de muitos anos da empresa como um todo. Muito trabalho foi feito até hoje para ocuparmos a posição que temos. E é importante que nosso trabalho esteja sendo reconhecido não só pelos nossos clientes, mas pelo mercado de uma forma geral, através de uma entidade séria e representativa, como é a ANAVE", afirmou João Felipe Carsalade,

HISTÓRIA DO PRÊMIO

O Prêmio "Homenagem do Ano" foi instituído pela ANAVE em 1988 e, até então, tinha o nome de Prêmio "Destaque do Ano". Quatro anos depois, já consolidado no setor por sua importância e com repercussão em todo o país, passou a ser designado Prêmio "Homenagem do Ano". Esta iniciativa vai ao encontro dos objetivos da entidade de incentivar o desenvolvimento do setor brasileiro de celulose e papel, além de motivar os recursos humanos que atuam nesses setores.



João Felipe Carsalade, diretor comercial da Aracruz, recebe o troféu de Pascoal Spera, presidente do Conselho Superior da ANAVE

diretor Comercial da Aracruz, após receber o troféu das mãos do presidente do Conselho Superior da ANAVE, Pascoal Spera.

O presidente da VCP, José Luciano Penido, recebeu o troféu pelas mãos do presidente da ANAVE, Fernando Franzoni, na categoria "Personalidade do Setor", oferecido ao executivo que mais desenvolveu ações de relevância nos aspectos sociais, tecnológicos, econômicos e de comercialização para a indústria de papel e celulose, com um discurso marcado pela humildade. O mineiro de Itabira afirmou que ainda fez pouco pelo setor, mas que se sente orgulhoso por poder representar um grande número de colegas da VCP que, segundo ele, têm feito um trabalho muito bonito. "Estou muito feliz de receber esta homenagem da ANAVE, porque nada melhor do que receber uma homenagem dos colegas da gente". Ao ser perguntado a que ele atribuía o fato de ter sido escolhido como personalidade de destaque do ano, Penido foi categórico: "eu diria que não são pelas minhas ações, mas pelas ações da VCP". O presidente da VCP fechou seu discurso com um "presente" inesperado em homenagem ao setor de celulose e papel: declamando o poema "Papel", do seu conterrâneo Carlos Drumond de Andrade (ver ao lado).

Na categoria Personalidade Extra-Sector, o Prêmio Homenagem do Ano foi entregue por Helder Kanamaru, vice-presidente da ANAVE, a Mário César Martins de Camargo, presidente da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf). A avaliação deste quesito é feita com base na atuação de um profissional que, embora não faça parte do setor, promoveu alguma ação em benefício deste. "Foi uma surpresa receber o prêmio de um segmento que não é o gráfico, mas que integra a cadeia produtiva. Eu fico muito honrado por ter sido agraciado por fornecedores da indústria gráfica", declarou. Ao receber o prêmio, o executivo ressaltou a satisfação em compartilhar a homenagem com José Luciano Duarte



José Luciano Penido, presidente da VCP, recebe o prêmio de Fernando Franzoni, presidente da ANAVE



Helder Kanamaru, vice-presidente da ANAVE, entrega o prêmio Personalidade Extra-Sector para Mário César de Camargo, presidente da Abigraf

Penido e com a empresa Aracruz. "Para mim é motivo de grande honra, principalmente porque convivi com muitas dessas pessoas durante minha 'infância gráfica'. Quando comecei na gráfica Bandelrantes, as primeiras pessoas que conheci foram os vendedores de papel". Ele acrescentou ainda a importância da Abigraf ser reconhecida pelo segmento que lhe fornece matéria-prima. "Este é um sinal de que a indústria gráfica reforça sua imagem positiva dentro da cadeia produtiva, o que é muito importante".

O evento contou com a presença de cerca de 130 convidados, entre eles alguns dos mais importantes empresários e executivos da indústria papeleira. Estiveram presentes no evento representantes das empresas Ripasa, Abigraf, Suzano, International Paper, Andipa, Voith Paper, Heidelberg, Stora Enso, VCP, entre outras. Após a premiação, a noite se encerrou com um agradável jantar, um momento de confraternização, descontração e de reencontro dos amigos.

Papel

E tudo que eu pensei, e tudo que falei, e tudo que me contaram

Era papel

E tudo que descobri, amei, detestei, papel

Papel quanto havia em mim e nos outros

Papel de Jomal

Papel de parede

De embrulho

Papel de papel

Papelão

Carlos Drumond de Andrade

em Anave Ação



FÓRUM

ANAVE 2006

ANÁLISES DA CONJUNTURA POLÍTICA E ECONÔMICA NACIONAL E DO MERCADO EXTERNO MARCARÃO O FÓRUM ANAVE DE 2006

Um dos eventos mais importantes do setor de papel e celulose, o Fórum ANAVE contará neste ano com muitas novidades. Sob a coordenação do diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios da ANAVE, Alfredo Behrens, o Fórum, que acontecerá em agosto, será iniciado com uma inserção do setor de papel e celulose na realidade política e econômica nacional. O consultor político e colunista da Folha de S. Paulo, Roberto Mangabeira Unger, fará uma análise da atual conjuntura no campo político, tocando em questões fundamentais de nossa sociedade, que devem ser repensadas num ano eleitoral. Posteriormente o evento contará com a análise econômica de Paulo Nogueira Batista Jr, professor e pesquisador da FGV e autor de diversos livros, entre eles, "O Brasil e a economia internacional". Paulo Nogueira apontará novos caminhos para uma postura mais soberana de nossa economia.

Levando o debate para a esfera internacional, o evento trará a palestra de Kurt Schafer, diretor da Área de Fibra da RISI, empresa norte-americana provedora de informa-

ção especializada no setor de celulose, papel e produtos florestais, que falará sobre o mercado externo, um tema essencial para nossas empresas, que são eminentemente exportadoras. O consultor Stephen Kanitz, mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Harvard, completa o quadro de palestrantes do Fórum, focando sua análise na competitividade da indústria nacional de celulose e papel. Kanitz destacará a importância do setor e o lugar estratégico que o investimento em pesquisas deve ocupar.

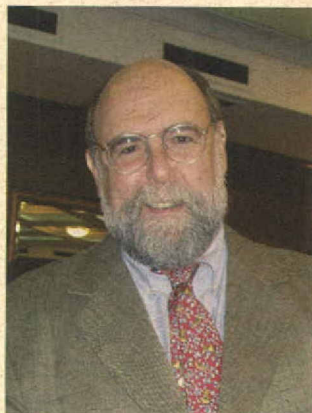
O evento contará ainda com a participação dos principais CEOs de nossa indústria como debatedores, entre os quais o presidente da VCP, José Luciano Penido, com a presença já confirmada.

O Fórum ANAVE 2006 ainda trará seis painéis simultâneos, distribuídos nos dois dias do evento, com assuntos de interesse específico dos executivos do setor. Acompanhe novas informações sobre o Fórum em nosso informativo eletrônico quinzenal.

ALFREDO BEHRENS É O NOVO DIRETOR DA ANAVE

O executivo Alfredo Behrens foi empossado no mês de maio como diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios da ANAVE. Economista, Alfredo Behrens é Ph.D. pela Universidade de Cambridge, lecionou e foi consultor para as universidades de Princeton, London Business School, IBMEC, Katz Business School e para a Universidade da Califórnia, em Berkeley. O executivo também foi Reitor da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP). Ele é autor do livro "Culture and Management in the Americas", que está em fase de preparação na Editora Saraivá, e co-autor do livro "The Software Industry in Emerging Markets", publicado por Edward Elgar.

Alfredo tem ampla experiência em consultoria para lideranças e assuntos estratégicos para acionistas de empresas, bancos, governos e organizações. Foi economista do Banco Mundial. É colaborador do CNEM-



London Business School, do Katz Business School e do IBMEC, instituições para as quais lecionou temas relacionados à cultura e à gestão. Com muitos objetivos

e expectativas, o novo membro da ANAVE pretende fazer da entidade um ponto de convergência para as necessidades de toda a cadeia da indústria de papel e celulose. Para Behrens, isto implica em estudar as demandas das empresas por eventos de formação de quadros, por representação perante autoridades ou por possíveis parcerias internacionais. Behrens também planeja fortalecer o relacionamento com os associados e parceiros.

"Tudo isso faz parte de uma iniciativa de fortalecimento da ANAVE, da qual tenho prazer em fazer parte", afirma.

O novo diretor da ANAVE é o coordenador do Fórum ANAVE 2006, que acontecerá em agosto.

Com criatividade e inteligência, empresas do setor apresentam alternativas para lidar com as condições adversas do quadro nacional



Transporte de bobinas de cartão da Klabin

Infra-estrutura: O grande gargalo

Numa lista dos cinco maiores entraves ao desenvolvimento da indústria de celulose e papel, ela certamente apareceria no topo. A falta de investimento em infra-estrutura, especialmente em transportes, é apontada hoje pelo setor como um dos principais gargalos no escoamento da produção, principalmente para o mercado externo. O estado de deterioração da infra-estrutura nacional eleva custos das empresas e compromete prazos de entrega dos produtos, fazendo o investidor e o cliente olharem com desconfiança.

Num país de dimensões continentais como o Brasil, banhado pelo oceano em quase toda sua extensão territorial e com uma vasta rede fluvial, é lamentável constatar a existência de uma infra-estrutura sub-utilizada, obsoleta e concentrada no transporte rodoviário.

Criação de novos portos e desburocratização dos que estão em operação, aposta no transporte hidroviário e reativação e investimento em novas linhas ferroviárias são apenas algumas das soluções reivindicadas pelas empresas de celulose e papel, que são eminentemente exportadoras e dependem do escoamento da produção. A opinião de executivos do setor é que o transporte brasileiro não deveria ser centralizado no modal rodoviário, até pela concorrência que as

carretas sofrem nas rodovias com o transporte de passageiros.

"Temos lutado pela migração dos investimentos do transporte rodoviário para o ferroviário. As indústrias de papel e celulose transportam grandes volumes de madeira. Nós, da VCP, por exemplo, transportamos 70 quilômetros por ano de madeira. É preciso que haja uma compreensão que para grandes volumes e grandes distâncias o transporte rodoviário não é o mais adequado", afirma Francisco Eduardo, gerente de Projetos Logísticos da Votorantim Celulose e Papel (VCP).

Túlio Gomes, superintendente geral do Portocel, terminal portuário especializado no

"Se tivéssemos mais terminais especializados, o rendimento das empresas do setor seria bem melhor, porque elas não competiriam com as cargas regulares nos portos convencionais"

Carlos Gilberto, diretor superintendente do Portocel

desembarque de celulose, de propriedade das empresas Aracruz e Cenibra (saiba mais sobre o porto a seguir), também vê a necessidade de descentralização do modelo atual de transportes, destacando a precariedade do sistema portuário brasileiro. "A maioria dos portos já está saturada e a burocracia é grande. É visível que alternativas precisam ser criadas".

Apesar de ciente de que o Brasil precisa migrar pouco a pouco para o modelo descentralizado de infra-estrutura, vigente nos países do chamado "primeiro mundo", apostando em outros modais de transporte, o governo tem preferido investir na estrutura rodoviária já existente, em função dos recursos limitados.

"Hoje grande parte do orçamento destinado a investimentos é voltada ao setor rodoviário, porque 70% do transporte de cargas realizado no país é feito por esse modal. Sabemos que os países desenvolvidos possuem um modelo descentralizado e o nosso objetivo é chegar lá. Mas a idéia do governo é primeiramente melhorar a infra-estrutura que já existe, que é em grande parte rodoviária, para depois descentralizar, investindo mais em ferrovias, portos e hidrovias", explica a Assessoria de Comunicação Social do Ministério dos Transportes.

Mesmo tendo o transporte rodoviário como prioridade, o Ministério destaca que investimentos em menor escala têm sido feitos em outros modais.

"Os investimentos da União para o setor ferroviário vêm aumentando significativamente.

Além disso, com o investimento também das concessionárias privadas, a participação do transporte ferroviário na matriz de transporte brasileira vem aumentando ano a ano", garante a coordenadora ferroviária do Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes (DNIT), do Ministério dos Transportes, Iolanda Ilha Reys.

"Uma das prioridades do Ministério é a exploração da potencialidade do transporte hidroviário nacional, que possui vasta extensão de vias navegáveis, cerca de 40.000 km"

Martinho Cândido dos Santos, diretor de Infra-estrutura Aquaviária do DNIT

O diretor de Infra-estrutura Aquaviária do DNIT, Martinho Cândido dos Santos, também ressalta a preocupação do Ministério dos Transportes em caminhar aos poucos para a descentralização do modelo atual, prevendo investimentos cada vez maiores para o transporte hidroviário.

"Uma das prioridades do Ministério é a exploração da potencialidade do transporte hidroviário nacional, que possui vasta extensão de vias navegáveis, cerca de 40.000 km". Para Santos, mediante o acelerado processo de globalização da economia mundial, é imperiosa a exploração do potencial do sistema de transporte nas vias navegáveis interiores do país, para a redução de



Transporte da celulose de mercado na unidade de Jacareí da VCP

custos de competitividade dos produtos. "Nesse contexto está inserido o desenvolvimento do transporte hidroviário, de custos inferiores aos demais modais, voltado especialmente para grandes volumes de cargas e grandes distâncias e que é menos impactante no contexto de preservação ambiental".

O governo prevê investimentos de R\$ 328,9 milhões para o setor aquaviário (que inclui hidrovias e portos) no Orçamento Geral da União para 2006. Somente para o setor hidroviário, os investimentos previstos são de R\$ 6,7 milhões.

PARCEIRO PRIVADO

O Estado brasileiro, com sua situação de grande comprometimento de recursos com dívidas in-

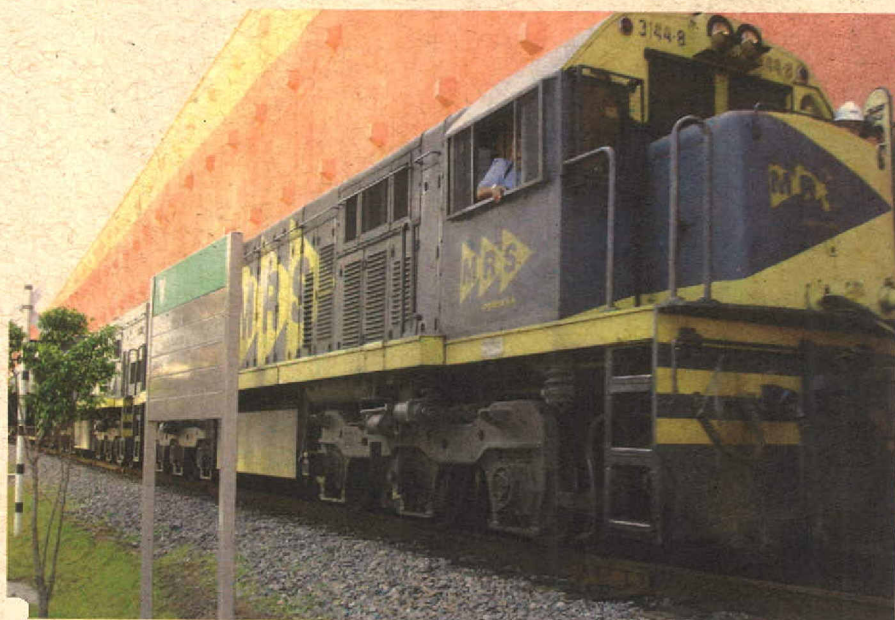
terna e externa, não tem aporte suficiente para investir sozinho em infra-estrutura. Essa é uma conclusão quase consensual entre os que analisam o problema de infra-estrutura no Brasil.

"Somos sensatos em admitir que o Estado não conta com recursos para investir em infra-estrutura e é por isso que o governo acaba fazendo a opção de investir no que já existe, que é a infra-estrutura rodoviária", afirma o gerente de Supply Chain, da Klabin, Aldo Bastos. Apesar de admitir os recursos escassos para o investimento, Bastos não exime o Estado da necessidade de uma contribuição maior com as empresas do setor de papel e celulose. "Mesmo sem recursos, o Estado tem experiência e inteligência logística. Ele pode e deve ajudar as empresas brasileiras, repassando o seu know how logístico. Assim, as empresas se sentirão mais estimuladas a lançarem alternativas para o problema", destaca.

Bastos também ressalta a necessidade de o Estado buscar investimentos do setor privado para a renovação da infra-estrutura nacional.

Essa ajuda "privada" já começou a ser buscada pelo governo no Projeto das Parcerias Público-Privadas (PPPs), que foi transformado em lei em janeiro de 2005. A lei das PPPs tem o objetivo de viabilizar os investimentos em infra-estrutura no Brasil, por meio de parcerias do Estado com o setor privado. Pela lei, o Estado indica a obra a ser realizada e o parceiro privado entra com os recursos, em troca de uma garantia de retorno do investimento.

Em 2 de abril deste ano, o ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, afirmou que a primeira parceria público-privada (PPP) federal deveria sair até este mês de junho. Segundo Bernardo, a



Comboio passando na fábrica de Jacareí para carregar os vagões com a celulose de mercado

parceria, que contaria com um investimento total privado de R\$ 12 bilhões, serviria para recuperar e duplicar 600 quilômetros das rodovias BR-116 e o trecho da BR-324 até o Porto de Aratu, na Bahia.

O secretário executivo do Conselho Temático de Infra-Estrutura (Coinfra) da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Wagner Cardoso, reconhece nas PPPs uma alternativa importante para os investimentos em infra-estrutura no país, mas destaca que o processo para a contratação das parcerias precisa ser agilizado. "É uma alter-

"Temos lutado pela migração dos investimentos do transporte rodoviário para o ferroviário. As indústrias de papel e celulose transportam grandes volumes de madeira. É preciso que haja uma compreensão que para grandes volumes e grandes distâncias o transporte rodoviário não é o mais adequado"

Francisco Eduardo, gerente de Projetos Logísticos da Votorantim Celulose e Papel (VCP)

nativa interessante, com um aparato legal bem feito, mas precisamos ver as parcerias saírem do papel. Esse processo está muito moroso". Cardoso ainda ressalta que, embora positivas, as PPPs não podem ser vistas como a única solução para o problema da falta de investimento em infra-estrutura no Brasil, como aponta o governo. "As PPPs por si só não fazem mágica. Elas não conseguirão reverter o déficit de anos seguidos que se acumula na infra-estrutura nacional".

O secretário executivo do Coinfra avalia também que é preciso que o governo dê maior segurança para os investidores, com garantias de retorno dos investimentos, para que as PPPs possam ter uma impulsão.

Em dezembro de 2005, o Coinfra apresentou ao governo um documento com uma agenda mínima a ser cumprida, a curto prazo, para a melhora no quadro de infra-estrutura brasileiro. Elaborado pela CNI em conjunto com as confederações empresariais, o documento também aponta os principais problemas do país em rela-

ção à infra-estrutura, dentre os quais a elevada e crescente deterioração da rede viária terrestre, as dificuldades no acesso aos portos, tanto pela via terrestre, quanto marítima, e a ausência de planejamento e de políticas de integração entre os modais (veja no quadro, a seguir, os principais tópicos da agenda). Cardoso afirma que o Coinfra vem tendo reuniões constantes com o governo para cobrar o cumprimento desta agenda.

ALTERNATIVAS INTELIGENTES

Enquanto as condições adversas dominam o cenário de infra-estrutura nacional, as empresas do setor de papel e celulose têm dado uma lição de criatividade e inteligência para manter a competitividade no mercado externo.

Desde 2003, a VCP conta com uma alternativa inovadora no modal ferroviário para transportar a celulose de mercado (para exportação) produzida pela empresa de sua unidade de Jacareí (SP) para o porto de Santos.

Por meio de uma parceria com a MRS logística, concessionária da malha sudeste da rede ferroviária federal, a empresa conseguiu fazer um desvio da linha férrea para dentro de sua fábrica (através do nivelamento topográfico da linha do trem com a fábrica). A idéia buscou atender à demanda do aumento de produção de celulose ocorrido na empresa (a fábrica de Jacareí passou por uma ampliação que previu o aumento da capacidade de produção de 400 mil para 850 mil toneladas de celulose por ano).

Com a parceria, que ainda contou com adaptações de vagões, do layout interno da fábrica e do terminal de Santos, a VCP passou a transportar a celulose de forma mais lucrativa, diretamente da fábrica para o porto, evitando a concorrência com o transporte de passageiros nas rodovias da região, que são muito utilizadas por turistas que visitam as praias do litoral de São Paulo.

"A nossa fábrica está a 130 km de Santos, quer dizer, concorremos com o fluxo de turistas nas rodovias da região. É um canal com restrições e sujeito a acidentes. A idéia de transportar esse aumento de produção por carretas mostrou-se ineficiente, porque precisaríamos de um número grande de viagens. Foi aí que surgiu a idéia de ter um escoamento regular, com horários de saída e chegada, que nos garantisse um fluxo direto e constante", explica Francisco Eduardo, gerente de Projetos Logísticos da VCP, que participou da implantação do projeto.

Os investimentos, que somaram R\$ 37 milhões (R\$ 20 milhões só da VCP) foram compensadores. "Nossa previsão era de, no mínimo, 15% de retorno do investimento ao ano. Temos conseguido cumprir essa meta. Além da garantia de chegada da produção nos horários definidos, conseguimos economizar no pagamento de tarifas. A tarifa rodoviária é mais custosa", explica Eduardo.

Se a alternativa não tivesse sido criada, o transporte da celulose ao porto teria de ser feito



Plano geral do Portocel, em Barra do Riacho (ES)

ALTERNATIVAS DE INFRA-ESTRUTURA DO SETOR DE C & P

EMPRESA	ALTERNATIVA	OBJETIVO	RESULTADO
Aracruz e Cenibra	Portocel Terminal especializado no embarque de celulose	Garantir ao exportador a manutenção de suas atividades, evitando filas de navios, como acontece nos portos tradicionais, em função da concorrência com outras cargas	Diferencial competitivo nas exportações
VCP (Unidade de Jacareí)	Desvio da linha férrea para dentro da fábrica de celulose de Jacareí	Transporte direto para o porto de Santos, evitando a concorrência com o tráfego de passageiros e garantindo um fluxo constante, com a chegada da carga ao porto em horários definidos.	Diferencial competitivo nas exportações e economia nas tarifas de transporte pagas.
Klabin (Unidade de Monte Alegre)	Adaptação de vagões e melhorias na infra-estrutura ferroviária.	Dar maior agilidade ao transporte e garantir a qualidade dos papéis e cartões transportados, voltados à exportação.	Diferencial competitivo e redução de 28% no frete em relação ao transporte rodoviário.

por 85 carretas nas rodovias de São Paulo até a Serra do Mar.

O gerente de Projetos Logísticos da VCP lembra ainda que, com a parceria, outras empresas foram beneficiadas, já que o projeto incluiu a recuperação da concessão e a reativação do trecho ferroviário entre Jacareí e Mogi das Cruzes e a recuperação da malha ferroviária de acesso à área de terminais do porto de Santos.

Outra parceria de sucesso no modal ferroviário foi a estabelecida em 2005 entre a Klabin e a América Latina Logística (ALL) para dar maior agilidade e garantir a qualidade no transporte de papéis e cartões da empresa, voltados à exportação. A parceria, que previu o investimento conjunto de R\$ 10 milhões em adaptação de vagões e melhorias na infra-estrutura ferroviária, objetivou o transporte de cerca de 11 mil toneladas de papéis e cartões por mês da unidade de Monte Alegre (PR) diretamente para o terminal intermo-

dal no Porto de Paranaguá, de onde a celulose segue para a exportação. Além de representar um diferencial nos serviços prestados aos clientes da Klabin no mercado externo, o projeto representou economia para a empresa que, com a opção ferroviária e vagões especialmente adaptados ao transporte do papel e do cartão, tem evitado avarias nas cargas. "No transporte rodoviário há uma parcela grande de avarias. Às vezes, só de uma bobina encostar na outra, umas cinco folhas são inutilizadas. Com essa alternativa de transporte e os vagões precisamente planejados para proteger a carga, tivemos uma redução drástica nas avarias", argumenta o gerente de Supply Chain da Klabin, Aldo Bastos. Houve também uma economia no custo do transporte. Segundo Bastos, o frete sai 28% mais barato em relação ao do transporte rodoviário.

Outra alternativa inovadora, fruto da inteligência das indústrias do setor de celulose e

"As PPPs por si só não fazem mágica. Elas não conseguirão reverter o déficit de anos seguidos que se acumula na infraestrutura nacional"

Wagner Cardoso, secretário executivo do Coinfra

papel, é o Portocel, terminal portuário de Barra do Riacho (ES), único porto do Brasil especializado no embarque de celulose.

De propriedade conjunta da Aracruz Celulose e da Cenibra (Celulose Nipo-Brasileira), o porto é destacado internacionalmente como iniciativa de infra-estrutura de sucesso no setor.

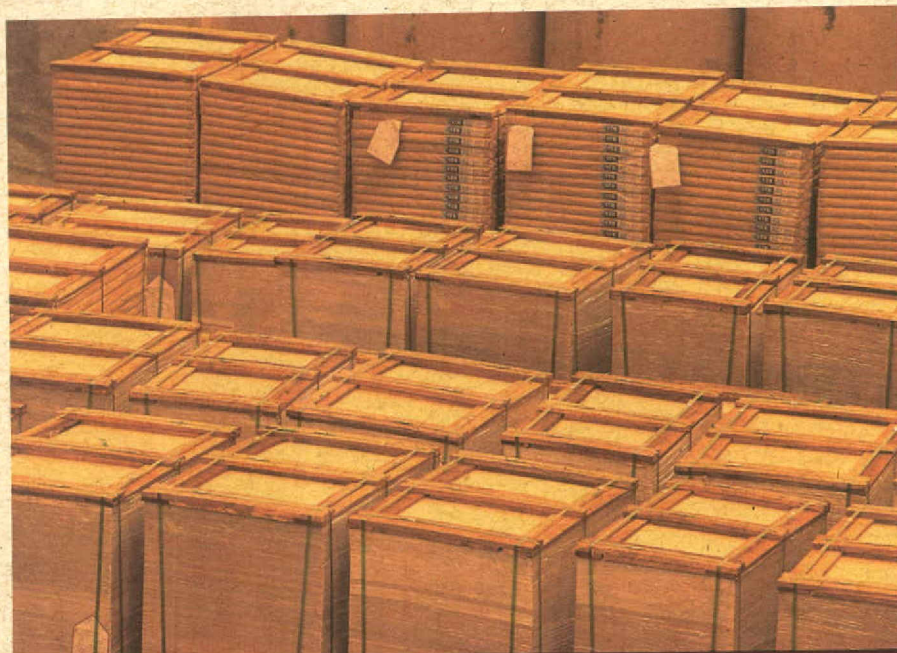
"Ele se destaca por ser estratégico. Como é especializado, a eficiência no armazenamento e no embarque da celulose é superior ao dos terminais portuários convencionais, onde um navio às vezes enfrenta fila de dias. Isso garante aos exportadores a manutenção das suas atividades, o que é um diferencial competitivo", explica Carlos Gilberto, diretor superintendente do Portocel.

O porto conta com acessos rodoviário e ferroviário. Sua ligação rodoviária é feita por meio de um desvio de 1,8 km na rodovia ES-010, interligado com os sistemas municipal e federal do Espírito Santo. Esse desvio permite que o terminal tenha fácil acesso a Vitória e às rodovias federais que ligam essa capital aos demais centros econômicos do país. A ligação ferroviária é feita por um ramal com cerca de 46 km, que segue até a estação de Piraquê-Açu, próximo a João Neiva. Nessa estação o ramal faz a conexão com a ferrovia que liga Vitória a Itabira (MG) na altura do km 75 da Estrada de Ferro Vitória-Minas.

O Portocel está preparado para receber navios continuamente, com capacidade de embarque anual de 4.500.000 toneladas de celulose. A carga de celulose é recebida por três diferentes modais: rodoviário, ferroviário e marítimo (por barcas).

Até 2004 o porto atendia apenas às cargas das duas empresas societárias (Aracruz e Cenibra). Desde 2005, a Veracel, um complexo fabril da Aracruz com o grupo finlandês Stora Enzo, e a Suzano Bahia Sul vêm sendo beneficiadas com o terminal, por meio de um contrato com as societárias.

"Se tivéssemos mais terminais especializados, o rendimento das empresas do setor seria bem melhor, porque elas não competiriam com as cargas regulares nos portos convencionais", conclui Gilberto.



O setor de distribuição e o mercado gráfico

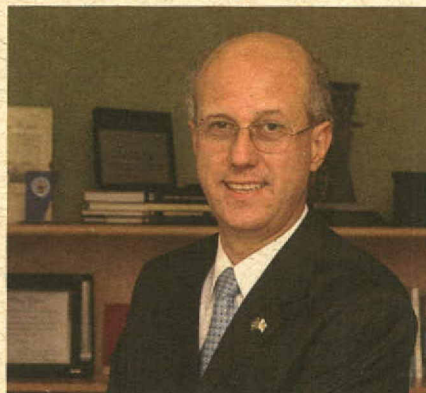
De um lado, a busca por condições de mercado mais justas. Do outro, a reivindicação por serviços com maior valor agregado

Um relacionamento positivo, mas primário se comparado ao existente em países da Europa ou nos Estados Unidos. Assim o presidente da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), Mário César de Camargo, classifica os acordos comerciais e serviços realizados entre o setor de distribuição de papel e o setor gráfico no Brasil.

A falta de uma política bem definida em relação às vendas e no estabelecimento dos preços e de diferenciais na prestação de serviço, com o foco nas necessidades do cliente, são alguns dos apontamentos feitos pelo mercado gráfico aos distribuidores.

“Os distribuidores na Europa e nos Estados Unidos apresentam diferenciais bastante atrativos. Eles disponibilizam o papel para a gráfica em 24 horas, entregam o papel devidamente

tratado e protegido, sem a necessidade de preparação, e oferecem pagamento facilitado, como em prestações”, explica o presidente da Abigraf. Mário César destaca ainda que os distribuidores nesses países estão sempre preparados para desmobilizar o estoque dos gráficos, uma reivindicação atual do setor. “Hoje existe uma grande preocupação dos gráficos em não manter grandes estoques. É preferível ter dinheiro em caixa do que em estoques enormes, que empatam o capital de giro. E para que o gráfico possa reduzir o seu estoque, ele depende de um distribuidor



Mário César Martins de Camargo, presidente da Abigraf

que ofereça bom estoque e rápida entrega”, complementa.

Com relação ao prazo de entrega do papel, o proprietário da Gráfica Arizona, Alexandre Hadade, concorda que ele poderia ser melhorado e considera que distribuidores e fabricantes deveriam trabalhar com horários estendidos, oferecendo, desta forma, um grande diferencial para o gráfico.

“Os distribuidores na Europa e nos Estados Unidos apresentam diferenciais atrativos. Eles disponibilizam o papel para a gráfica em 24 horas, entregam o papel devidamente tratado e protegido, sem a necessidade de preparação, e oferecem pagamento facilitado, como em prestações”

Mário César Martins de Camargo

“Em vez de a distribuidora fechar às 18h ou 19h, ela poderia encerrar suas atividades às 20h, por exemplo, e atender aos sábados. Isso nos ajudaria muito”, sugere.

Hadade destaca a falta de uma política na fixação dos preços dos distribuidores, com o objetivo de deixá-los mais estáveis. “É preciso que se estabeleça uma política de controle dos preços. Hoje, o preço é feito de acordo com o estoque do vendedor. Se ele tem muito estoque, ele abaixa o preço, agora, se ele tem pouco, aumenta. Os preços não deveriam ter grande variação para que o gráfico pudesse se planejar”, ressalta.

O gerente de Suprimentos da Gráfica MakroKolor, Reginaldo Ferreira, também crítica a instabilidade nos preços. “Existe uma guerra declarada na formação dos preços. A impressão que temos é que existem revendas que não sabem calcular seus preços e fazem o preço de fábrica, chegando até a embutir no preço o valor da gasolina. Isso pulveriza o mercado, provocando distorções”, explica.

A compradora de papel da Inprima, Cláudia Torkomian, aponta ainda um outro problema no

relacionamento com o setor de distribuição: os distribuidores que só trabalham com papel imune. "Tenho observado que muitos distribuidores têm oferecido apenas papel imune, o que dificulta a vida da gráfica que compra papel comercial". Além disso, Cláudia ressalta que o oferecimento de alguns tipos de papel, como o Alta Print da Suzano, está restrito a poucos distribuidores. "Isso diminui a concorrência, elevando os preços".



Andrés Romero, presidente da Andipa

O OUTRO LADO

A Associação Nacional dos Distribuidores de Papel (Andipa) concorda que os serviços prestados pelos distribuidores poderiam ser mais atrativos e que uma concorrência menos predatória na fixação dos preços deveria ser estabelecida.

Contudo, a associação explica que o baixo valor agregado constatado nos serviços de grande parte dos distribuidores brasileiros deve-se ao fato de o país possuir um modelo invertido de distribuição, que desvaloriza os distribuidores, impedindo-os de aumentar seu potencial de vendas e, conseqüentemente, oferecer condições mais vantajosas aos gráficos.

"Realmente o relacionamento que nossos distribuidores têm com os clientes não é nem de longe comparável ao dos países da Europa, por exemplo. Mas isso tem uma razão de ser. Nos países europeus, 75% do papel só chega

ao mercado gráfico através dos distribuidores. Aqui a relação é invertida. Setenta e cinco por cento do mercado gráfico fica com os fabricantes e apenas 25% fica com os distribuidores. Isso sem contar que, nessa pequena porcentagem de 25%, normalmente encontram-se as gráficas pequenas e informais, que têm pouco poder de compra e condições para pagamento", argumenta o presidente da Andipa, Andrés Romero.

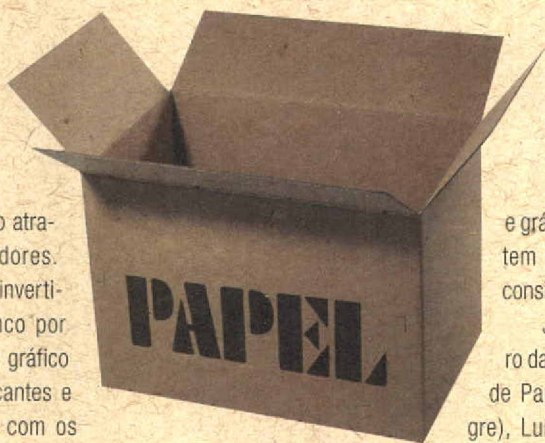
Para Romero, a falta de uma política bem definida com os fabricantes, e que seja amplamente divulgada junto ao mercado gráfico, tem impedido os distribuidores de impulsionar suas vendas e serviços.

"É preciso haver mais inteligência de mercado. Os fabricantes têm de começar a perceber a importância dos distribuidores. Deveria existir uma regra mais clara para que o fabricante não venda além da sua cota".

Segundo Romero, o acordo que existe hoje, que estabelece que os gráficos só podem comprar diretamente do fabricante pedidos maiores que 25 toneladas de papel offset, 12 toneladas de couchê e 6 toneladas de cartão, é muito informal. A informalidade chega ao ponto de alguns gráficos não o conhecerem e, por não conhecerem, não o cumprirem, procurando direto os fabricantes.

O diretor comercial da Nova Mercante, Roberto Groba, concorda que é preciso estabelecer regras de mercado mais definidas, para que o setor de distribuição não seja prejudicado.

"Essa é uma questão antiga. Enquanto não for estabelecido um divisor de águas, esse problema não terá solução. É preciso que se estabeleça uma política de mercado, fixando volumes mínimos para negócios entre fabricantes



e gráficos, e essa política tem de ser respeitada", considera Groba.

Já o diretor financeiro da SulPel Distribuidora de Papéis (de Porto Alegre), Luis Cláudio Figueira, defende que é preciso inverter

o atual modelo de distribuição.

"Temos que seguir o modelo europeu e americano, onde os fabricantes têm como cliente principal os distribuidores e os distribuidores, por sua vez, o mercado gráfico. No Brasil temos a situação absurda de concorrermos com os fabricantes. O nosso setor de distribuição tem de ser olhado com mais seriedade".

“Realmente o relacionamento que nossos distribuidores têm com os clientes não é nem de longe comparável ao dos países da Europa. Mas, nos países europeus, 75% do papel só chega ao mercado gráfico através dos distribuidores. Aqui a relação é invertida, os distribuidores ficam com 25% do mercado”

Andrés Romero

Figueira também defende uma redução no número de distribuidores, para amenizar a grande concorrência. "Acho que tínhamos que ter o número máximo de três distribuidores de cada fabricante por região do país". Ele destaca a invasão que grandes distribuidoras de cidades, como São Paulo, fazem às demais regiões do país, sufocando as distribuidoras regionais. "Há muita invasão de uma região sobre a outra. São

DISTRIBUIDORES X GRÁFICOS

Necessidades dos gráficos

- Entrega em 24h.
- Papel deve ser entregue protegido, sem a necessidade de preparação.
- Desmobilização de estoque.
- Facilidades de pagamento.
- Mais estabilidade nos preços.
- Oferecimento de uma gama maior de papéis.

Reivindicações dos distribuidores

- Inversão do atual modelo de distribuição.
- Política clara com os fabricantes, sobre a partir de qual valor o gráfico pode comprar diretamente deles, com cotas mais justas aos distribuidores.
- Concorrência menos predatória, com redução do número de distribuidores.
- Regras que impeçam as grandes distribuidoras de invadirem o espaço das distribuidoras regionais.



Paulo conta com grandes distribuidoras que levam vantagem por conseguirem invadir nossa região [sul]. Já nós não temos como invadir São Paulo", explica.

Figueira explica que uma alternativa que a SulPel tem empregado para driblar a concorrência com as distribuidoras paulistas é oferecer estoque. "Como boa parte das gráficas trabalha hoje *just in time*, sem estoque, saímos na frente se temos um bom estoque, especialmente nos casos em que o cliente tem urgência na entrega. Nesse momento, os distribuidores que estão longe acabam levando desvantagem", explica.

O gerente comercial da ABC Distribuidora (de Fortaleza), Uburatan Ponte, também aponta a concorrência com grandes distribuidoras da região sudeste, especialmente as coligadas a fabricantes e que oferecem produtos importados, como um fator negativo ao desenvolvimento dos distribuidores regionais. "Não tem como concorrermos com os preços que as distribuidoras coligadas a fabricantes oferecem. São preços baixos, de repasse de fábrica. Isso sem contar que elas oferecem papéis importados. Os pequenos distribuidores têm corrido para tentar oferecer as mesmas condições", argumenta Ponte. Na opinião do gerente comercial, essa situação tem levado os fabricantes a também baixarem seus preços para ganhar o mercado, gerando uma disputa ainda maior.

Na contramão às críticas de boa parte dos distribuidores, a Central Distribuidora de Papéis não vê problemas em relação ao modelo de distribuição brasileiro e à cota disponível para

os distribuidores no mercado. O diretor adjunto da distribuidora, Djair Nascimento, destaca que com uma política de preços bem definida e com um bom trabalho de pós-venda, na orientação do cliente, é possível conquistar o mercado. "O distribuidor não pode se limitar à venda do papel. É necessário oferecer uma consultoria e serviços diferenciais ao cliente, com criatividade e proatividade. Nós, da Central, temos essa preocupação e, por isso, não apresentamos reclamações". Nascimento cita um exemplo de como o trabalho de pós-venda pode ser fundamental na fidelização do cliente: "no atendimento à uma instituição financeira que pretende fazer uma ação de relacionamento com seus clientes, nossa equipe técnica pode indicar que um papel como o reciclado da Suzano agrega mais valor do que um couchê. É essa consultoria, focada nas necessidades do cliente, que passa a nos diferenciar no mercado".

AÇÃO INTEGRADA

Com o objetivo de debater um novo modelo de distribuição para o Brasil e uma política menos predatória no estabelecimento de preços, a Andipa criou em janeiro deste ano o Comitê Gráfico Editorial, um grupo formado por distribuidores, fabricantes, e que terá em breve a participação do setor gráfico, para estudar regras que sejam justas para todos os setores envolvidos na questão. "Esse comitê foi instituído juridicamente, é uma iniciativa muito séria e que conta com um nível de igualdade em seus debates. Nossa esperança é

que, com todos os setores envolvidos discutindo seriamente o tema, uma solução seja encontrada", conclui o presidente da entidade.

O presidente da Abigraf, Mário César de Camargo, embora aponte os pontos que precisam ser melhorados pelo setor de distribuição, concorda que o modelo atual prejudica os distribuidores: "Aqui as gráficas têm acesso direto aos fabricantes e os distribuidores ficam numa posição de pouco valor agregado".

DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

Apesar das condições desfavoráveis, os distribuidores são unânimes em destacar que o mercado gráfico não deve ser culpado por essa situação e que é preciso oferecer cada vez mais atendimento e serviços especiais para as gráficas.

"O setor gráfico não tem nada a ver com isso. Ele não tem culpa se não há regras definidas. É claro que, quanto mais opções existirem, melhor será para ele", afirma Figueira.

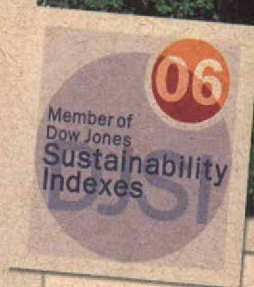
Figueira ressalta que é importante que os distribuidores se esforcem para oferecer um serviço diferenciado. "Aqui, na SulPel, sempre primamos pela qualidade do atendimento ao setor gráfico, fortalecendo esse relacionamento. Oferecemos estoque de papel de primeira linha, 0800 para recebermos pedidos e sugestões, entregamos com rapidez e qualidade e temos sempre avaliado nossa estratégia em busca de um melhor atendimento", garante Figueira.

Ponte, da ABC Distribuidora, também destaca que a empresa faz um grande esforço em prol do cliente gráfico. "Temos um dos serviços de transporte mais rápidos da região [nordeste] e funcionamos até as 19h, deixando sempre um funcionário de plantão nos finais de semana. Isso sem contar que oferecemos uma gama muito grande de produtos, inclusive passamos a oferecer papel importado, em função da concorrência com as grandes distribuidoras coligadas".

O diretor comercial da distribuidora Nova Mercante, Roberto Groba, ressalta que o papel do distribuidor não é só revender o papel, mas identificar as necessidades do cliente. "Somente assim é possível estabelecer estratégias para atender bem o gráfico. É aí que entram os serviços diferenciais, que agregam valor ao produto", explica. Groba destaca que a Nova Mercante entende o relacionamento com o setor gráfico como uma via de mão dupla. "Fazemos a nossa parte oferecendo produtos de qualidade, atendimento personalizado, preços competitivos e dinamizando a entrega. Nossa expectativa, por outro lado, é a fidelidade do cliente gráfico".



Uma empresa que trabalha com seriedade, transparência e responsabilidade gera reconhecimento por sua excelência e seu compromisso com o futuro.



A Aracruz Celulose agora está no Índice Dow Jones de Sustentabilidade da Bolsa de Valores de Nova York (DJSI World) 2006, o que representa o reconhecimento internacional das melhores práticas de sustentabilidade econômica, social e ambiental. Líder mundial na produção de celulose de eucalipto para a indústria do papel e uma das maiores exportadoras do Brasil, a Aracruz passa a fazer parte do seleto grupo de empresas que conquistaram este importante destaque pela sua excelência e compromisso com o futuro.



Unidade Guaíba-RS



Veracel Celulose-BA



Unidade Barra do Riacho-ES



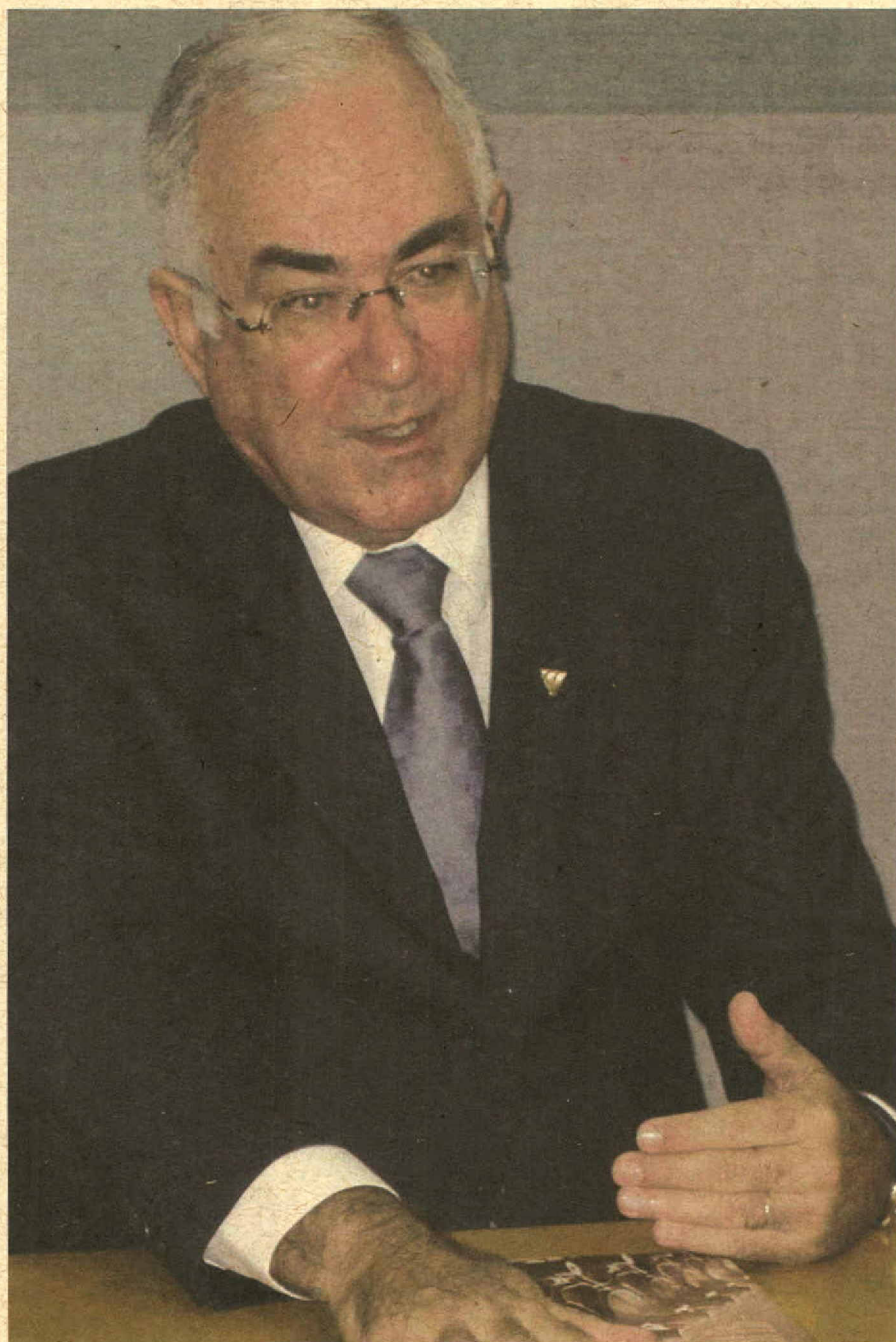
ARACRUZ

Nosso futuro tem raízes
www.aracruz.com.br

Aracruz Celulose.
 Cultivando juntos
 as riquezas
 da nossa terra.

José Luciano Penido, presidente da VCP

Um dos executivos mais respeitados da indústria de papel e celulose fala sobre a sua trajetória profissional, a posição da VCP no mercado e os planos da empresa para o futuro



Ele encara a valorização dos colaboradores, diretos ou terceirizados, como elemento fundamental para o desenvolvimento de uma empresa. Tem a gestão de pessoas como marca registrada de suas administrações. O presidente da Votorantim Celulose e Papel (VCP), José Luciano Penido, conta a sua satisfação em trabalhar numa empresa que tem a valorização dos funcionários e a visão socioambiental como valores essenciais. Desde 2004 à frente de uma das principais empresas de celulose e papel do Brasil, Penido, nesta entrevista, destaca o posicionamento atual da VCP no mercado, os planos da empresa para os próximos anos e conta como a companhia tem derrubado, com muita pesquisa e inteligência, o mito "da geração de desertos verdes", tão propalado pelos que criticam a indústria de papel e celulose.

Revista ANAVE - Fale um pouco da sua formação acadêmica e trajetória profissional.

José Luciano Penido - Nasci na terra de Carlos Drummond de Andrade, em Itabira (MG), cidade onde foi iniciada a Companhia Vale do Rio Doce. Talvez por isso eu tenha me ligado às atividades de mineração e geologia. Fiz Engenharia de Minas pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Depois tive três anos de trabalho no Amapá, numa mina de manganês do grupo Antunes, uma *joint venture* com a Bethlehem Steel. Do Amapá eu voltei para Minas Gerais, onde trabalhei durante 16 anos na Samitri, a empresa de mineração do grupo Belgo Mineira. Mais tarde fui para a Samarco Mineração, uma *joint venture* da Belgo Mineira com a australiana BHP Billiton, onde fiquei por 14 anos, 12 dos quais como presidente. Em 2004, iniciei na VCP, numa área diferente do meu ramo natural de atividade.

R.A - Como surgiu o convite para o Sr. vir para a VCP?

J.L.P. - Surgiu em função de uma demanda interna. O então presidente da VCP, Raul Calfat, foi convidado para assumir a diretoria geral de todas as operações industriais do grupo Votorantim e me convidou para dar seqüência no seu trabalho na empresa. Quando assumi, a VCP já era uma empresa de destaque na parte operacional. Acredito que vim trazer um pouco mais de ênfase em pessoas e em questões socioambientais, sem perder a ênfase nos bons resultados financeiros.

R.A - Uma característica que muitos apontam na sua forma de administrar, não só na VCP, mas em outras empresas, é a valorização da equipe de pessoal. A gestão de pessoas é fácil de ser implementada?

J.L.P. - Basta você estabelecer um relacionamento mutuamente proveitoso para a empresa e para as pessoas. Você tem de fazer com que as pessoas se envolvam na construção do sonho de futuro da empresa. Todos têm de pensar que vale a pena construir o futuro da empresa, porque, ao fazerem isso, estarão construindo para eles um futuro que também será conveniente. Quando você consegue passar essa idéia aos funcionários, eles ficam mais felizes com o que fazem e começam a soltar mais seu potencial, porque eles tanto participam do sonho da empresa, como são beneficiados por ele. Precisamos trabalhar com pessoas que gostamos e num ambiente que nos satisfaça. A cada dia temos que voltar para casa com a sensação de que valeu a pena, de que foi um dia legal. Aqui na VCP nós temos isso. As pessoas têm a consciência de que é bom trabalhar num time competente, para se desenvolver, e elas lidam com desafios arrojados, o que é motivador.

R.A - Como a VCP se posiciona no mercado hoje?

J.L.P. - Como nosso próprio nome diz (Votorantim Celulose e Papel), somos uma empresa de "celulose e papel". Existem empresas mais focadas em celulose, outras em papel, mas nós atuamos nos dois negócios e achamos que eles possuem estratégias diferentes. Aliás, eu diria que o nosso negócio não é só celulose e papel. Ele nasce um pouco antes, sendo "floresta". Depois ele é celulose, mais tarde é papel e, posteriormente, é distribuição. Então, na verdade, temos quatro negócios: dois que estão explícitos

“Precisamos trabalhar com pessoas que gostamos e num ambiente que nos satisfaça. A cada dia temos que voltar para casa com a sensação de que valeu a pena, de que foi um dia legal. Aqui na VCP nós temos isso. As pessoas têm a consciência de que é bom trabalhar num time competente, para se desenvolver, e elas lidam com desafios arrojados, o que é motivador”

no nome da empresa e dois que estão implícitos. Dentro desta perspectiva, a primeira coisa fundamental a ser destacada é que a floresta no Brasil é o nosso principal diferencial competitivo. Primeiramente, porque nossas florestas são plantadas, não são florestas naturais. Então, o consumidor não tem aquele sentimento de culpa de que, ao imprimir um papel, está cortando uma árvore. As florestas que a VCP está desenvolvendo no Rio Grande do Sul têm 57% de áreas preservadas e 43% de áreas plantadas. Somos mais protetores do que efetivamente geradores de "desertos verdes", como costumam dizer. Nesse ponto, portanto, a VCP está muito bem colocada no mercado para competição internacional. Isso ocorre não só porque Deus é bom

conosco, dando terra, sol e chuva, mas porque há muita tecnologia e competência envolvida. Considerando nossa inteligência na gestão florestal, acredito que teremos um desenvolvimento ainda maior no futuro.

R.A - Quais são os planos da empresa para o futuro?

J.L.P. - Temos um projeto muito ambicioso, um sonho chamado VCP 2020, que é o que queremos ser no ano de 2020. Pode parecer longe, mas para nós são apenas dois ciclos de eucalipto, e temos que começar a plantar a safra que colheremos daqui a sete anos. Nossa meta é passar do atual 1,5 milhão de toneladas de celulose para 4 milhões de toneladas no ano de 2020. Para tanto, estamos plantando a extensão do que queremos colher no futuro. Os investimentos florestais da VCP nesse momento estão bastante intensos, porque eu já estou vivendo a minha VCP de oito, nove, dez anos pra frente. Por isso, em celulose, podemos dizer que vocês verão a VCP bastante dinâmica nos próximos 15 anos. Além desse crescimento interno, temos também uma presença importante de um terço do controle de capital da Aracruz, que é uma empresa bastante competitiva, que tem seus próprios planos de crescimento, e temos, ainda, em compartilhamento com a Suzano, metade da Ripasa. Acabamos de autorizar uma expansão da capacidade da Ripasa para 630 mil toneladas de celulose por ano e acho que ainda poderão ocorrer outros eventos de expansão da capacidade de produção. Nossa visão no setor de celulose é muito positiva.

R.A - E com relação ao mercado de papel?

J.L.P. - No mercado de papel temos um desafio maior, porque, infelizmente, a qualidade de vida do povo brasileiro é muito baixa e o papel está muito ligado à qualidade de vida. A pessoa que tem um padrão de vida maior tende a ler

Derribando o mito: girassóis em plantação de eucaliptos



mais, valoriza o seu conforto, utilizando lenços de papel e guardanapo, e cuida mais da higiene, usando um volume maior de papel higiênico etc. O que verificamos é que nos EUA e na Europa os consumos de papel estão na faixa de 200 a 300 quilos por pessoa por ano. Nós, brasileiros, temos menos de 40 quilos por pessoa por ano. Então, o principal objetivo para aumentar o nosso consumo de papel é a demanda por dignidade, cultura, educação e qualidade de vida das pessoas. Isso é o que preocupa mais a gente. A partir do momento em que o brasileiro tiver maior acesso à escola e a livros, e cuidar mais do seu conforto e da sua higiene, a demanda de papel vai crescer.

R.A. - Como deve ficar o mercado de papel nos próximos anos?

J.L.P. - A longo prazo, o consumo de papel deve crescer em função da inclusão dessas pessoas pobres num padrão mínimo de dignidade e qualidade de vida. Mas, a curto prazo, temos a questão do baixo volume de consumo e isso é um problema para a nossa indústria. As escalas para produzir papel com qualidade e competitividade são muito grandes. A tecnologia permite máquinas de grande largura, com enorme velocidade e que demandam vultuoso investimento. Só para se ter uma idéia, uma única máquina hoje fazendo papel de imprimir e escrever, do tipo cut size, produz mais do que todo o consumo brasileiro. Então, se você for construir uma máquina no Brasil, ela terá de ser necessariamente competitiva a nível mundial. Por isso é que não aparecem muitas máquinas novas de papel no Brasil como têm aparecido novas capacidades para a celulose. Porque estamos longe do mercado, temos um custo de capital maior do que o dos outros países, um custo logístico alto para levar o papel para o cliente final e não temos consumo interno para justificar esse aumento de capacidade. Já faz alguns anos que a VCP tem um projeto de fazer uma máquina de papel no Brasil. Periodicamente fazemos as contas para ver se emplacamos o projeto, mas ainda não chegamos no ponto de tomar essa decisão.

R.A. - Que visão a VCP possui sobre sustentabilidade e valores socioambientais?

J.L.P. - A nossa visão é que cada pessoa ou cada empresa num país que tem dificuldade deve ajudar aqueles que precisam. Nosso país é um dos mais desiguais do mundo e temos de ter essa consciência. A VCP não quer gerar riqueza e ter um entorno pobre. Como nossa atividade é muito

diversificada e espalhada geograficamente em mais de cem municípios, não queremos encontrar fazendas bonitas da VCP pelo Brasil e olhar para nossos vizinhos e vê-los pobres e carentes. Por conta da falta dessa preocupação, observamos, de tempos em tempos, movimentos de disputa pela terra, que às vezes resultam até em mortes. Seria muito melhor se as pessoas trabalhassem

“O principal objetivo para aumentar o nosso consumo de papel é a demanda por dignidade, cultura, educação e qualidade de vida das pessoas. Isso é o que preocupa mais a gente. A partir do momento em que o brasileiro tiver maior acesso à escola e a livros, e cuidar mais do seu conforto e da sua higiene, a demanda de papel vai crescer”

juntas. Como objetivamos a longo prazo ter mais florestas e mais fibras, estamos tentando criar um ambiente de compartilhamento de trabalho e renda que gere paz. Por isso a VCP decidiu depender dos seus vizinhos e propor a eles que plantem junto com a VCP.

R.A. - O Sr. está se referindo ao Programa Poupança Florestal da VCP?

J.L.P. - Exatamente. Esse é o objetivo do programa Poupança Florestal. A VCP financia o agricultor, oferecendo mudas de alta tecnologia, e garante a compra da madeira pelo preço definido hoje, no mesmo índice que emprestamos o dinheiro, de tal forma que o agricultor não corre risco. E ele não fará isso na propriedade dele inteira. Ele pode continuar desenvolvendo a atividade que tem vocação nas suas terras, disponibilizando apenas parte delas para a atividade florestal. Chamamos esse programa de “poupan-

ça” florestal, porque enquanto o agricultor está sobrevivendo da cultura que ele costuma plantar em suas terras, a floresta está crescendo em parte de sua propriedade e, quando ela for colhida, ela entrará limpinha como uma renda adicional para ele. Hoje oferecemos essa parceria não só para o fazendeiro grande e médio, mas para o fazendeiro pequeno, como um proprietário rural que tem um sítio. Até assentados estão incluídos no projeto. Temos uma lista de uns 400 assentados com pequenas terras que são nossos parceiros. Se quiséssemos, podíamos comprar legalmente toda terra que precisamos para plantar nossas florestas, sem depender de ninguém, e distribuiríamos os lucros para os nossos fornecedores, empregados e investidores, mas não é isso que queremos. Estamos pensando num clima de paz e de inclusão social de nossos vizinhos. Trata-se da aplicação dos valores socioambientais que permeiam as atividades da VCP.

R.A. - É verdade que a VCP tem um projeto que vem derrubando o mito que diz que onde se planta eucalipto nada mais nasce?

J.L.P. - Sim. Existem preconceitos contra o eucalipto que se firmam, fruto de desconhecimento ou de situações que vão parecendo definitivas, mas que não são verdades. O primeiro preconceito que existe é que o eucalipto é exótico. Que mal há no fato dele ser exótico? O café e a manga também são exóticos e por esse motivo vamos bani-los do país? Claro que não! Isso não faz sentido. O segundo preconceito é esse que diz que “onde se planta eucalipto nada dá”. A VCP tem, por 15 anos, colocado em prática uma ciência chamada agrossilvicultura, que é a combinação da floresta com o plantio de culturas de ciclo curto. Já comprovamos que a qualidade da terra melhora ao longo do tempo, quando você planta agricultura com floresta. Para mostrar que o deserto verde é lenda, temos no Rio Grande do Sul um experimento de mais de 1000 hectares, onde seguidamente as árvores de eucalipto estão crescendo ao lado de agriculturas diversas, que são plantadas por nossos parceiros, com o acompanhamento de universidades renomadas, como a de Viçosa (MG), a de Piracicaba (SP) e a de Santa Maria (RS). Essas universidades monitoram o consumo de água, a qualidade do solo e a produtividade destas culturas. Isso demonstra claramente que é possível conviver com as plantações de eucalipto. Temos plantações de eucaliptos misturadas a girassóis, a frutas e a vegetais. Estamos ajudando, portanto, a derrubar esse preconceito. ■



Ninguém resiste a um trabalho bem produzido. A Atrativa Indústria Gráfica é uma empresa que nasceu com a experiência de profissionais com mais de 20 anos de mercado e vem se destacando na produção de projetos exclusivos. Com soluções criativas e diferenciadas, a Atrativa oferece todos os recursos que você procura para viabilizar qualquer peça gráfica e deixar o seu trabalho ainda mais irresistível para o seu cliente.



(11) 6954-6633
www.atrativagrafica.com.br



Vida longa aos alimentos

Considerada uma das maiores invenções da indústria de alimentos, a embalagem "longa vida" oferece vantagens que valorizam o produto

Ela está presente no dia-a-dia de praticamente todos os brasileiros e, cada vez mais, conquista espaço nas prateleiras dos supermercados. Conhecida popularmente como "longa vida", a embalagem cartonada asséptica atrai a atenção dos consumidores por apresentar vantagens como a preservação do alimento sem necessidade de refrigeração, facilidade de armazenamento e transporte, praticidade no manuseio, além de reciclagem após a sua utilização.

Desde sua criação, em 1951, a embalagem cartonada revolucionou o setor de embalagens e a história da indústria alimentícia em todo o mundo. Os produtos acondicionados nesse tipo de recipiente ganham vida longa e podem ser transportados sem refrigeração a locais remotos com total segurança.

No Brasil, atualmente, são envasados alimentos líquidos como leite, sucos, chás, águas de coco e iogurtes; e viscosos como maionese, molhos de tomate, goiabada e requeijão. Hoje, apenas duas empresas produzem embalagens cartonadas assépticas no país, a SIG Combibloc e a Tetra Pak, ambas multinacionais.

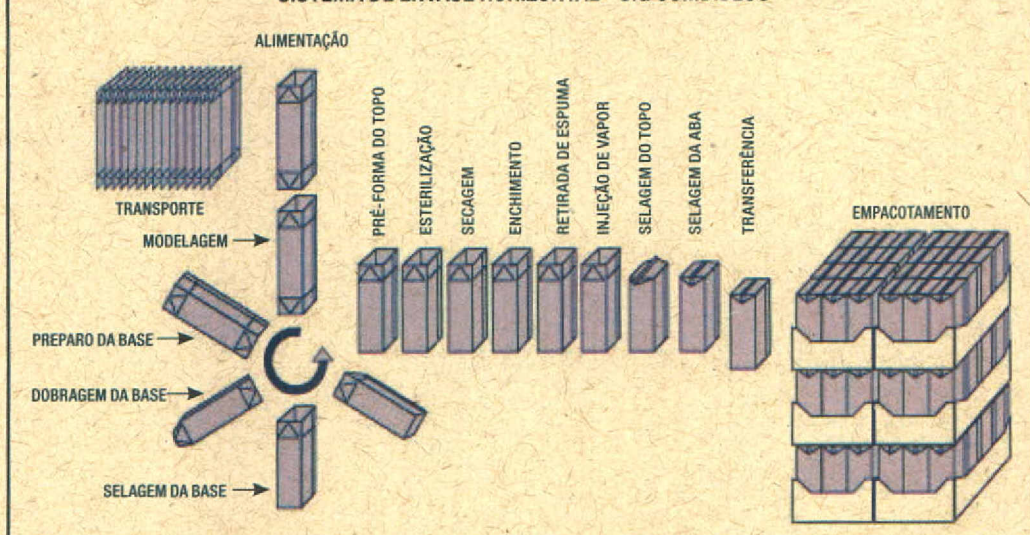
Embora o processo produtivo de embalagens seja equivalente em ambas as empresas, o sistema de envase asséptico, que é realizado em máquinas do próprio cliente, as diferencia. Na Sig Combibloc, o sistema de envase é classificado como horizontal (ver esquema), enquanto o utilizado pela Tetra Pak é chamado de fluxo contínuo. Durante a produção das embalagens e o envase dos alimentos, todas as fábricas seguem rigorosas normas de qualidade e segurança estabelecidas mundialmente.



Naturalmente protegido.



SISTEMA DE ENVASE HORIZONTAL - SIG COMBIBLOC



Também são realizados testes constantes para comprovar a assepsia do produto.

"Uma das principais vantagens desse tipo de embalagem envolve a logística. Enquanto um caminhão carregado de embalagens longa vida transporta 95% de produto e apenas 5% em embalagem, o mesmo caminhão carregado de embalagens de vidro carregaria 60% de produto", observa André Gani, analista de Marketing da Sig Combibloc. Ele destaca ainda que, após o uso, a embalagem pode ser facilmente compactada, diminuindo o volume de lixo. "Além de acondicionar e proteger os alimentos, a embalagem longa vida cumpre outro importante papel: facilitar a distribuição geográfica dos produtos", reforça Eduardo Eisler, diretor de Desenvolvimento de Negócios da Tetra Pak.

Os representantes das duas empresas ressaltam outro ponto relevante das embalagens cartonadas: a possibilidade de utilizá-las como instrumento de marketing e propaganda do produto comercializado. "É possível, por exemplo, ajustar o tamanho da embalagem para campanhas promocionais como as que oferecem, gratuitamente, um percentual a mais de conteúdo", argumenta Gani.

A fim de agregar diferenciais competitivos às embalagens, as duas fabricantes estão sempre em busca de inovações que tornem o produto ainda mais prático e atraente. Uma das últimas novidades tecnológicas desenvolvida tanto pela Sig Combibloc quanto pela Tetra Pak é o envase de alimentos sólidos como legumes, sopas com pedaços e rações para animais. Produzidas apenas no exterior até o momento, as tecnologias combiSafe e Tetra Recart já estão a caminho do Brasil. "A ideia é oferecer uma opção melhor para os alimentos que hoje são acondicionados em latas e vidros", conta o analista da Sig. Além disso, a diversidade de formatos e tamanhos, novos sistemas de abertura e fechamento, e até embalagens que vão direto ao forno microondas permitem um número cada vez maior de lançamentos e ampliam o mercado de embalagens cartonadas.

SIG COMBIBLOC

Com sede em Neuhausen, na Suíça, a Sig Combibloc é a unidade do Grupo SIG (Swiss Industry Group) especializada em máquinas de envase e sistemas de embalagem cartonada asséptica. Segunda maior fornecedora mundial no segmento, a empresa está presente na Europa, China, Arábia Saudita, Estados Unidos, Canadá, México, Argentina e Chile, entre outras regiões.

Em 1925, a Sig criou a primeira embalagem impermeável de papel para armazenar alimentos líquidos, chamada "perga". Mais tarde, em 1985, foi desenvolvido o sistema Combibloc de envase asséptico.

No Brasil, a empresa está presente há sete anos, mas ainda não produz as embalagens, que são importadas da Alemanha. A fim de ampliar sua atuação na América Latina, a empresa já deu início à construção de uma fábrica em solo brasileiro, sediada em Campo Largo (PR).

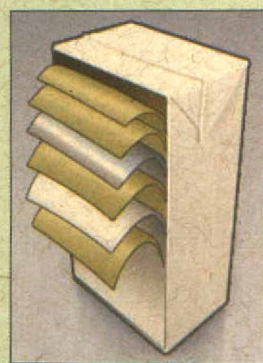
A Sig Combibloc produz atualmente 15 bilhões de embalagens ao ano. Desse total, 9 bilhões são destinadas ao Brasil. Chamadas de CombiShape, as embalagens da Sig apresentam mais de 40 diferentes formatos, capazes

Embalagens CombiShape



ALIMENTOS PROTEGIDOS POR ATÉ UM ANO

Produzidas com alta tecnologia, as embalagens cartonadas assépticas são formadas por seis camadas: quatro de plástico (polietileno de baixa densidade), uma de papel (cartão) e uma de alumínio. Esses materiais criam uma barreira protetora que impede a entrada de luz, água, ar e microorganismos, preservando o sabor e o aroma dos alimentos por três meses a um ano, sem conservantes e refrigeração.



O papel mantém a embalagem rígida, o plástico permite a integridade do fechamento da embalagem e o alumínio bloqueia a luz e o oxigênio. A proteção contra luz é fundamental pois evita a destruição de vitaminas dos alimentos (Vitaminas B e C), principalmente no caso de leite e sucos. Já o oxigênio, presente no ar, poderia produzir uma reação de oxidação e prejudicar a qualidade dos alimentos.



Tetra Recart.

A nova geração de embalagens Tetra Pak para pratos prontos, sopas, vegetais e muitos outros alimentos.

Tetra Recart é uma revolução na indústria alimentícia. Protege o sabor e as propriedades de alimentos sólidos e semi-sólidos, sem necessidade de refrigeração. Com Tetra Recart, da Tetra Pak, você inova nos ingredientes e conquista mais espaço no mercado.

 **Tetra Pak**

protege o que é bom™

www.tetrapak.com.br

Pronto para consumo.
Conveniência e praticidade para o consumidor.



9 camadas de proteção.
Dispensam conservantes e refrigeração.



Segurança.
Não quebra e não corta.



Empilhamento perfeito.
Permite ganhos no transporte, estocagem e exposição.



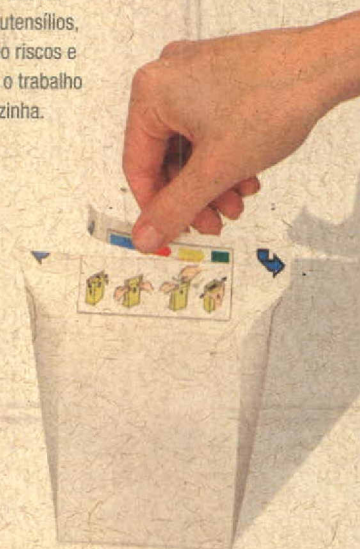
Eficiência logística.
Vantagens no transporte, armazenamento e aproveitamento de gôndola.



Embalagem reciclável.



Fácil abertura.
Dispensa utensílios, eliminando riscos e facilitando o trabalho na cozinha.



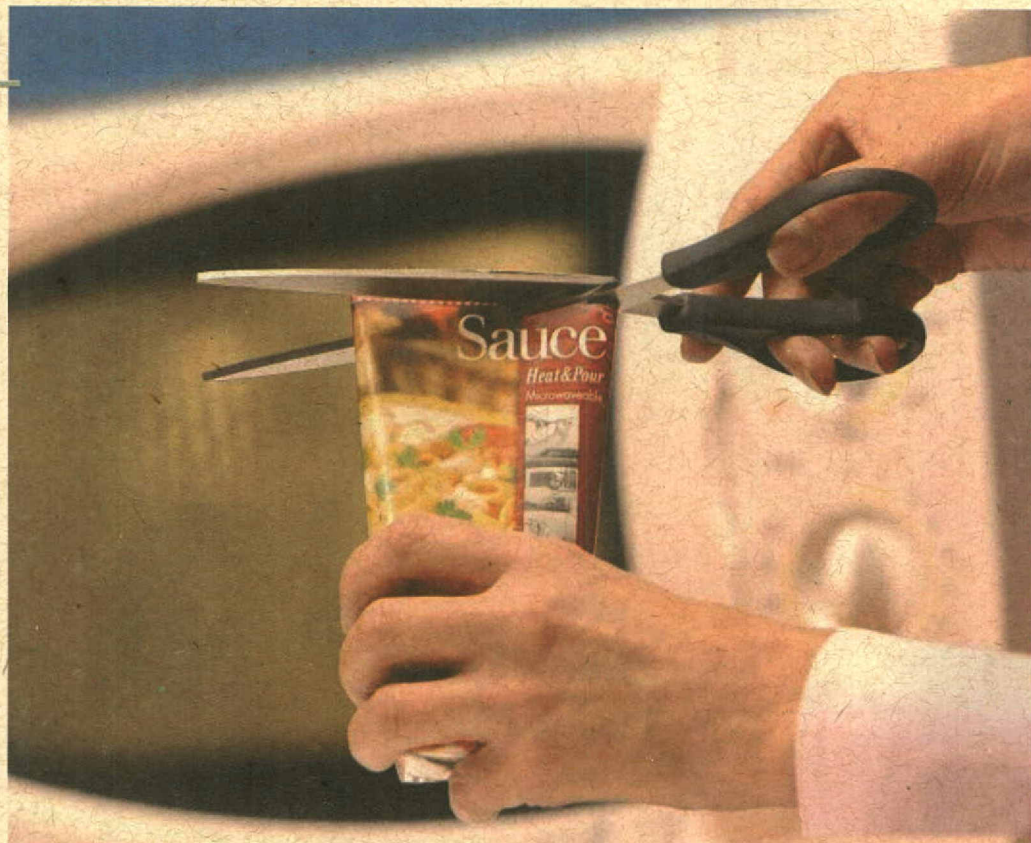
EMBALAGEM ECOLOGICAMENTE CORRETA

A embalagem cartonada asséptica é considerada ecologicamente correta, já que utiliza fontes renováveis e pode ser reciclada após o uso. As fibras dessas embalagens têm alto valor para a indústria de papel e papelão, que as utilizam na produção de caixas de papelão, papel para impressão, bandejas de ovos, palmilhas de sapato, papel kraft, papel toalha e papel higiênico. Já o alumínio e o plástico são utilizados em fábricas recicladoras para a fabricação de vassouras, escovas, cestos de lixo, cabides, réguas, canetas, placas e telhas para construção civil.

A Tetra Pak desenvolveu no Brasil as telhas e placas produzidas a partir da reciclagem de plástico e alumínio. Em conjunto com o Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT), a empresa desenvolveu a tecnologia de Plasma, que permite separar todos os componentes da embalagem, que retornam à cadeia produtiva. Atualmente, cerca de 22% das embalagens longa vida são recicladas após o consumo, de acordo com a Tetra Pak.



A embalagem Tetra Recart permite o envase de alimentos sólidos



A Tetra Pak desenvolveu a primeira embalagem que pode ser levada direto ao forno microondas

de armazenar de 100 ml a dois litros de produto. O analista de Marketing da empresa, André Gani, afirma que ainda é possível desenvolver novas formas. "Por ser um sistema bastante flexível, podemos oferecer exclusividade de formato a uma empresa específica".

De acordo com a Sig, a primeira tampa abre-fecha para embalagens cartonadas foi desenvolvida pela empresa, em 1993. Hoje os sistemas de abertura e fechamento são divididos em CombiSmart, que são tampas para embalagens pequenas, e CombiSwift, tampas de rosca leves e planas, que não atrapalham o armazenamento, segundo Gani. "O sistema CombiSwift é indicado especialmente para embalagens de leite, por ser uma alternativa mais conveniente e barata".

No mercado nacional, a Sig Combibloc fornece embalagens para a Batavo e para a Frimesa, ambas especializadas em produtos lácteos, embutidos, entre outros. A linha de produção do leite condensado Frimesa apresenta o menor nível de perda durante a operação, se comparada a todas as fábricas da América Latina. Enquanto o nível de perda de material em qualquer fábrica gira em torno de 1%, no produto em questão esse índice é de apenas 0,30%. "Isso acontece graças ao sistema horizontal de envase, ou seja, a embalagem chega praticamente pronta à fábrica do cliente", explica o analista da Sig.

TETRA PAK

Presente em mais de 165 países, a Tetra Pak produz sistemas integrados para processamento, envase e distribuição de embalagens cartonadas para alimentos. A criação da embalagem cartonada aconteceu em 1951, por Ruben Rausing, fundador da empresa, que idealizou a embalagem em formato de tetraedro (triangular, com quatro faces e base horizontal). O creme de leite foi o primeiro produto a ser embalado pela Tetra Pak que, em 1957, chegou ao Brasil, onde possui duas fábricas.

Já a embalagem que protege o leite sem necessidade de conservantes e refrigeração foi desenvolvida em 1961, por meio da união dos conceitos de ultrapasteurização e envase asséptico.

Mais conhecida como empresa fabricante de embalagens, a Tetra Pak também produz e opera máquinas para processamento de sorvetes, queijos, molhos, cremes, sucos, refrigerantes e outros alimentos. "Só no ano passado, cerca de 120 bilhões de embalagens foram produzidas em todo o mundo e mais de 64 bilhões de litros de produtos foram envasados", revela Eduardo Eisler, diretor de Desenvolvimento de Negócios. No Brasil, a empresa produziu mais de 8 bilhões de embalagens em 2005.

Disponíveis em várias opções e formatos, as embalagens da Tetra Pak podem acondicionar de 25 ml a dois litros de produto. Entre as últimas novidades trazidas ao Brasil, vale destacar o sistema de abertura FlexiCap, que permite o armazenamento do leite com mais segurança e higiene depois que o produto é aberto. Já a embalagem Tetra Wedge Microwavable é a primeira que pode ser levada direto ao forno microondas, segundo a empresa.

As características e hábitos da população também são levados em consideração para o desenvolvimento de novos produtos. "A forte tendência no consumo de embalagens com volumes intermediários e o aumento de pessoas que moram sozinhas fizeram com que fosse desenvolvida a embalagem Tetra Prisma, com capacidade para 750 ml", destaca Eisler.



PAPELCARTÃO KLABIN. PRESERVA O SEU PRODUTO POR MAIS TEMPO. E O MEIO AMBIENTE, PARA SEMPRE.

Todas as fábricas de papelcartão da Klabin são certificadas com o selo FSC (Forest Stewardship Council ou Conselho de Manejo Florestal). É uma garantia de que nossos produtos são fabricados de maneira sustentável, respeitando o meio ambiente e a sociedade.



FSC

SW-COC-1573

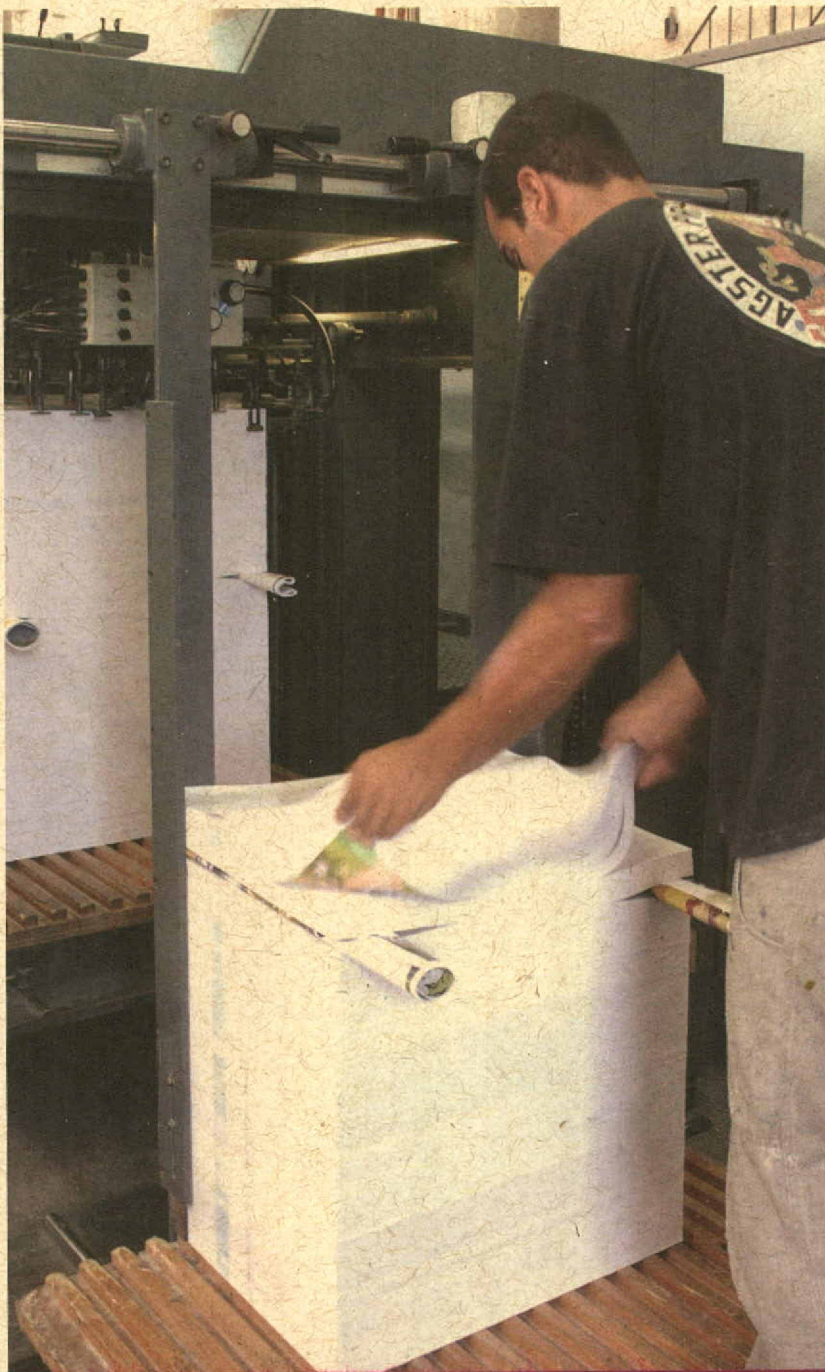
Comprando produtos
com a marca FSC
você está apoiando
o uso responsável
dos recursos florestais.



Klabin

© 1996 Forest Stewardship Council A.C.

www.klabin.com.br



Como as propriedades químicas do papel influenciam os processos de impressão offset

As propriedades químicas são particularmente importantes, pois influenciam as qualidades físicas, elétricas e ópticas, que estão diretamente relacionadas com os processos de impressão.

Uma das características químicas mais importantes é a que diz respeito à composição fibrosa do papel, que varia conforme o tipo de fibra utilizada na fabricação. Fibras derivadas de algodão originam papéis de propriedades muito diferentes das fibras de madeira, por exemplo. Por sua vez, fibras derivadas de madeira variam conforme a espécie e o local onde crescem as árvores. As coníferas, como o pinho (pinheiro), dão origem a fibras mais longas do que as madeiras duras, como o eucalipto.

A química envolvida na produção da polpa também afeta as propriedades do papel: a polpa sulfato é geralmente mais resistente do que a polpa sulfito. Fibras não-branqueadas produzem papéis muito diferentes daqueles feitos com polpa branqueada. Polpa mecânica confere diferentes propriedades de polpa química, como permanência, resistência, alvura e opacidade. Alguns papéis são fabricados com mistura de polpas.

Outras considerações químicas dizem respeito à composição não-fibrosa do papel. Uma delas é a composição de cargas, que são materiais inorgânicos (talco, caulim, carbonato de cálcio e dióxido de titânio).

O aumento de carga melhora as propriedades ópticas (opacidade e alvura), mas reduz as propriedades mecânicas (rigidez, resistência à tração, ao rasgo, ao estouro, à dobra e outras).

É importante saber que um determinado papel não pode ter todas as suas características melhoradas em grau máximo, uma vez que diversas propriedades são antagônicas entre si. Assim, alterações na formulação do papel para melhorar a performance na impressão implicam na redução de certas características de desempenho (resistências), e vice-versa.

Portanto, ao pensar na mudança de qualquer propriedade química ou física, é preciso compreender que outras propriedades poderão ser prejudicadas, e isto pode comprometer o resultado final em alguma fase de processo gráfico, como a impressão e o acabamento

RELAÇÃO PH (ACIDEZ/ALCALINIDADE) E SECATIVIDADE DE TINTAS DE IMPRESSÃO

Nos processos de fabricação e uso do papel, há uma série de etapas que exigem o controle do pH: branqueamento da polpa, controle das resinas de ligação interna e controle das cargas minerais.

O pH do papel tem pouca importância em impressão tipográfica, flexográfica e em rotogravura, assim como em processos que utilizam tintas sem óleos secativos, como as termoassentáveis (heatset).

Entretanto, o pH baixo (<4,5) do papel pode retardar ou mesmo impedir a secagem e causar podragem (baixa

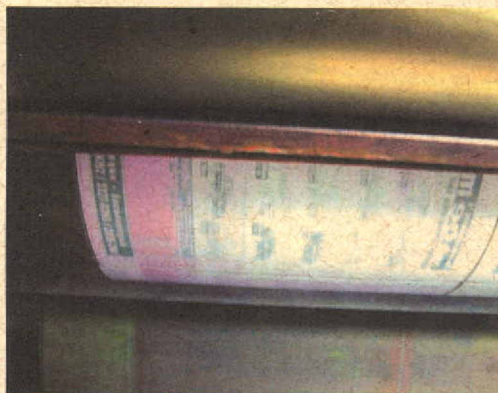
fixação ao papel) em processos com tintas quickset. O baixo pH também reduz a vida do papel e sua permanência de cor. Para máxima permanência, o papel deve ter pH próximo de 7.

Os papéis alcalinos têm pH acima de 7 e, portanto, favorecem a secagem das tintas formuladas com óleos secativos, como as tintas usadas na impressão de papéis offset em impressoras planas.

INTERAÇÃO DO PAPEL COM A SOLUÇÃO DE MOLHAGEM NA IMPRESSÃO OFFSET

Durante a produção, partículas provenientes do papel são transferidas para a blanqueta, chapa e sistema de molhagem. Dependendo da configuração do sistema de molhagem, essas partículas depositam-se na banheira e, se forem ativas, alteram o pH e a condutividade da solução. Como consequência, a relação água-tinta se desequilibra e causa problemas como velatura, entupimento de ponto, entre outros.

Com papéis alcalinos podem ocorrer velaturas (tingimento ou entonação) devido ao carbonato de cálcio



Velatura na chapa

do papel. O carbonato de cálcio tem pH acima de 7,0 e apresenta solubilidade em água.

Quando alimentada em excesso, a solução de molhagem pode dissolver o carbonato, que satura a solução e precipita na banheira. Ele é transferido para o sistema, contaminando rolos e blanquetas, com uma película de



Acúmulo (milking)



Milking em rolos

aspecto leitoso. Esse fenômeno é chamado de calcificação (milking).

Quando ocorre velatura, a primeira coisa a observar é se a solução está com aspecto turvo (leitoso), que deixa a blanqueta leitosa nas áreas de contragrafismo. Isto ocorre repentinamente após a impressão de 1000 a 2000 folhas, sobretudo na impressão com papéis reciclados.

Após a impressão de cerca de 10 mil cópias, o acúmulo de carbonato na blanqueta já é suficiente para causar um relevo. Como consequência, há o amassamento da blanqueta e a ocorrência de ponto oco (hollow dot), devido ao alívio da pressão nas áreas de grafismo adjacentes.



Ponto oco

Outra consequência é o acúmulo de tinta nos rolos do sistema de molhagem, nas paradas da impressora. O acúmulo na blanqueta pode ser removido com produtos removedores de vidro, espalhando-os por toda a blanqueta e deixando que atuem durante 3 a 4 minutos antes de removê-los com solvente.

Não existe uma única solução para este tipo de problema; cada impressora pode exigir uma ação diferente. Em qualquer caso, o pH e a condutividade da solução de molhagem devem ser mantidos sob controle. Na maioria dos casos, obtém-se bons resultados mantendo o pH na faixa entre 4,5 e 5,5 e a condutividade entre 800 e 1200 μ mho acima da condutividade da água.

A maioria dos concentrados de solução de molhagem é formulada para umectar apenas a chapa, favorecendo a ocorrência de velaturas, sobretudo com chapas eletrostáticas.

Uma ação paliativa é reduzir a concentração da solução e, se necessário, aumentá-la gradativamente. A adição de 10% de álcool isopropílico ajuda a reduzir a velatura (entonação) em algumas situações.

Os produtos substitutos do álcool, embora bons agentes umectantes, podem afetar a secagem das tintas. Para problemas persistentes de entonação (toning) é recomendável lavar a rolaria com ácido acético (vinagre) diluído em água quente, para dissolver o carbonato dos poros dos rolos.

ISO 14001

Desafios e Reflexos na Indústria de Celulose e Papel *Parte 1*

Dados apresentam redução no consumo de água, energia e óleo combustível, indicativos da eficácia e aplicabilidade da norma

Fábrica Suzano - Unidade Mucuri (BA)

As indústrias de celulose e papel com certificação ISO 14001 enfrentaram um desafio: garantir a implantação de políticas e práticas de gestão ambiental. A preocupação com a sustentabilidade, isto é, com a garantia da extração da celulose feita de forma racional e não prejudicial ao meio ambiente, tem feito com que várias empresas busquem se adequar a normas de gestão ambiental. A celulose é um produto que exige cuidados que vão da produção das mudas ao plantio das florestas e manejo florestal. Com

isso, surgiu a necessidade de desenvolver técnicas eficazes de preservação do meio ambiente.

Alguns anos após a implantação da norma, algumas empresas já puderam verificar os reflexos trazidos por uma gestão ambiental. Nesta edição, as empresas Suzano, International Paper e Aracruz, certificadas pela ISO 14001, responsável por estabelecer padrões de gestão ambiental, destacam os benefícios, impactos e desafios gerados pela adoção da norma. Na próxima edição, a revista ANAVE traz as empresas

Votorantim e Grupo Orsa, que irão falar sobre as ações desenvolvidas e seus resultados, alguns anos após a implantação.

SUZANO PAPEL E CELULOSE

Uma das primeiras empresas da América Latina a receber a certificação ISO 14001, em 1994, foi a Suzano Papel e Celulose. Um dos principais motivos que levou a empresa a implantar a norma foi a busca por uma gestão consciente, aliada a melhores práticas ambientais. Mas

**Recurso:
Água (m³/t)**

Ano	Unidades	
	Mucuri	Suzano
2002	42,8	46,3
2003	41,5	46,5
2004	42,7	46,1
2005	33,9	40,3

**Recurso:
Óleo Combustível (Kg/t)**

Ano	Unidades	
	Mucuri	Suzano
2002	58	42,1
2003	53,9	39,6
2004	70,1	20,7
2005	62,2	18,5

**Recurso:
Energia (KWh/t)**

Ano	Unidades	
	Mucuri	Suzano
2002	939	896
2003	930	936
2004	963	932
2005	923	919

Fonte: Relatório anual da Suzano – 2005

esse processo significou alguns desafios para a Suzano. Segundo Jorge Emanuel Reis Cajazeira, gerente corporativo de Competitividade, como a empresa foi pioneira na implantação da norma, não havia outras referências para se basear. "A garantia de uma nova cultura também foi uma dificuldade, mas como a empresa estava nova e moderna na época, não significou um grande problema", afirma Cajazeira.

As novas práticas de gestão ambiental contribuíram para a Suzano receber em 2000 o prêmio "Certificação Ambiental do Milênio", promovido pela Organização das Nações Unidas (ONU). Desde a adoção da norma, a empresa se beneficiou com ganhos ambientais expressivos, além de ter uma redução no consumo de água, óleo combustível e energia (ver quadro), que

pode ser considerada indicador do uso racional do meio ambiente. Foram gastos cerca de R\$ 4 milhões por ano em pesquisa e em programas de preservação ambiental. Entre eles, cabe destacar o monitoramento da qualidade da água e o dos corredores ecológicos que interligam as áreas de preservação, visando a garantir a sobrevivência do maior número possível de espécies da fauna e flora da região.

Um dos principais investimentos em preservação ambiental foi o desassoreamento da estação de tratamento de efluentes, com o objetivo de ampliar a capacidade de tratamento e contribuir para a expansão da fábrica de Mucuri (BA). A unidade Mucuri monitora mensalmente os parâmetros físico-químicos que indicam a qualidade da água do rio Mucuri. Também são controlados com regularidade os organismos que habitam o rio e seu estuário. As condições ambientais do manguezal são avaliadas a cada seis meses. Esse trabalho tem como objetivo avaliar o equilíbrio do ecossistema local, por meio da identificação do comportamento da flora e da fauna do rio, no trecho sob influência da fábrica. A análise é feita controlando os indicadores locais com espécies de animais e vegetais.

Na unidade Suzano (SP), foram instalados equipamentos de controle de emissões do processo industrial, desodorização da fábrica, com o controle de odores de baixa emissão e eliminação do odor de alta emissão, instalação de rosca desaguadora de iodo na estação de tratamento de efluentes e novo pré-branqueamento com oxigênio em continuidade à implantação do projeto de otimização da fábrica de celulose.

Na unidade Mucuri, observou-se uma queda no consumo de água industrial. Esse valor foi obtido graças a um programa de redução e reaproveitamento dos recursos hídricos, através de fechamentos internos de circuito e de ações de controle operacional. Em relação à carga orgânica lançada no rio Mucuri, observou-se uma elevação em comparação aos resultados anteriores, porém ainda dentro do limite. A principal causa foi o processo de otimização da unidade, que resultou em melhores condições de lavagem de polpa e na geração de efluentes com carga mais elevada. A redução no consumo de óleo combustível da unidade Suzano foi devido ao aumento no consumo de biomassa com a compra de cavacos. Os baixos valores se referem à troca quase total do óleo combustível por gás natural. Atualmente, apenas a caldeira de biomassa queima óleo, como combustível complementar à biomassa. A redução

de DBO5 ocorrida em 2005 foi decorrência de maior estabilidade das cargas na entrada da ETE, ou seja, uma redução nos picos de cargas e um conseqüente ganho na eficiência da estação de tratamento. Todavia, o patamar de emissão após 2003 subiu em razão do aumento da produção de papel e celulose. Foi sensível a redução de odor na unidade Suzano com o controle da emissão de gases tipo TRS (gases odoríferos) e com o projeto de gases diluídos de baixa emissão. Para este ano, a empresa pretende uma redução ainda maior a partir da complementação dos gases diluídos da central de lavagem. A entrada em operação no fim de 2005 da rosca desaguadora de iodo, que seca a 40% de consistência, proporcionou aumento na reciclagem externa do iodo primário da ETE como fibra alternativa. Este ano, com a entrada da segunda rosca, a expectativa é que todo o iodo seja colocado no mercado de fibras alternativas, reduzindo a necessidade de aterro industrial.

O QUE É MANEJO FLORESTAL?

Manejo Florestal é um conjunto de técnicas empregadas para colher cuidadosamente parte das árvores grandes de tal maneira que as menores, a serem colhidas futuramente, sejam protegidas. Com a adoção do manejo, a produção de madeira pode ser contínua ao longo dos anos.

Fonte: www.manejoflorestal.org

INTERNATIONAL PAPER

Desde outubro de 2000, a International Paper possui a certificação da norma ISO 14001 para o processo de produção florestal, tendo como escopo de certificação: "Manejo Florestal Sustentável - Operações e Pesquisa". Segundo Robson Laprovitera, Coordenador Florestal, a empresa decidiu buscar a certificação, pois a conservação do meio ambiente faz parte da missão e de um dos princípios da International Paper, no que se refere à condução de seus negócios. "Esta é uma postura assumida perante seus funcionários, clientes, acionistas e nas comunidades onde atua", afirma Laprovitera. Apesar de considerar que a empresa já cumpria com os principais requisitos mesmo antes da adoção da norma, um dos benefícios da certificação foi a melhoria da gestão florestal e, conseqüentemente, maior satisfação das partes interessadas no desempenho ambiental. A implantação envolveu um grupo de aproximadamente 15 pessoas, ocorrendo, em seguida, o envolvimento de todos os funcionários da companhia. A ISO 14001 possibilita que o



processo produtivo opere de acordo com as diretrizes do sistema de gestão ambiental, o que inclui o monitoramento de recursos hídricos, gerenciamento dos resíduos sólidos e o controle de emissões atmosféricas.

Segundo Laprovitera, "não houve dificuldades na implantação da norma, mas o principal desafio tem sido melhorar o desempenho ambiental a cada dia, buscando a otimização no emprego de matéria e energia nos processos produtivos". Graças aos investimentos feitos na adequação das estruturas físicas, em tecnologia e em treinamento, a empresa tem conseguido garantir um controle ambiental, prezando a harmonia entre a floresta produtiva e a conservação dos recursos naturais.

ARACRUZ

A Aracruz realizou investimentos em suas unidades visando a mantê-las adequadas às práticas mais modernas de desempenho ambiental do setor de celulose e papel. Foram investidos cerca de US\$ 12 milhões, com atenção especial à modernização do processo de branqueamento de celulose e sistemas de tratamento de gases odorosos. Na unidade industrial de produção da Guaíba (RS), os recursos foram direcionados para

redução de efluentes líquidos e do nível de ruído na fábrica, além de melhorias na central de tratamento de resíduos sólidos. Na unidade industrial de Barra do Riacho (ES) foi mantido o programa de monitoramento ambiental da fábrica.

O uso racional dos recursos hídricos é apontado como uma das questões mais relevantes para os próximos anos, e cientistas alertam para a possibilidade da água tornar-se um dos recursos mais caros e escassos. A empresa tem como meta reduzir o consumo de água em suas operações mantendo a qualidade do produto final. Em 1993 eram gastos 66,4 m³ de água por tonelada de celulose produzida. Em 2005, a empresa atingiu o valor de 36,5 m³/t_{sa}, o que representa uma redução de 45%. A Aracruz tem acompanhado os efeitos que os processos de mudanças climáticas podem ter sobre a vida no planeta e vem avaliando suas emissões e estoques de carbono, além do monitoramento da biodiversidade e manejo do solo. Devido às práticas ambientais, a Aracruz foi recertificada na norma ISO 14001, nas unidades de Barra do Riacho (ES) e Guaíba (RS), em 2006. Em 1999, a Aracruz conquistou a primeira certificação na norma ISO 14001 por suas atividades florestais, industriais e comerciais.

PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DA NORMA ISO 14001

Para alcançar a certificação ambiental, uma organização deve preencher três exigências básicas:

1. Ter implantado um Sistema de Gestão Ambiental (SGA)
2. Estar consoante com a legislação ambiental
3. Assumir um compromisso com a melhoria contínua de seu desempenho ambiental.

REQUISITOS

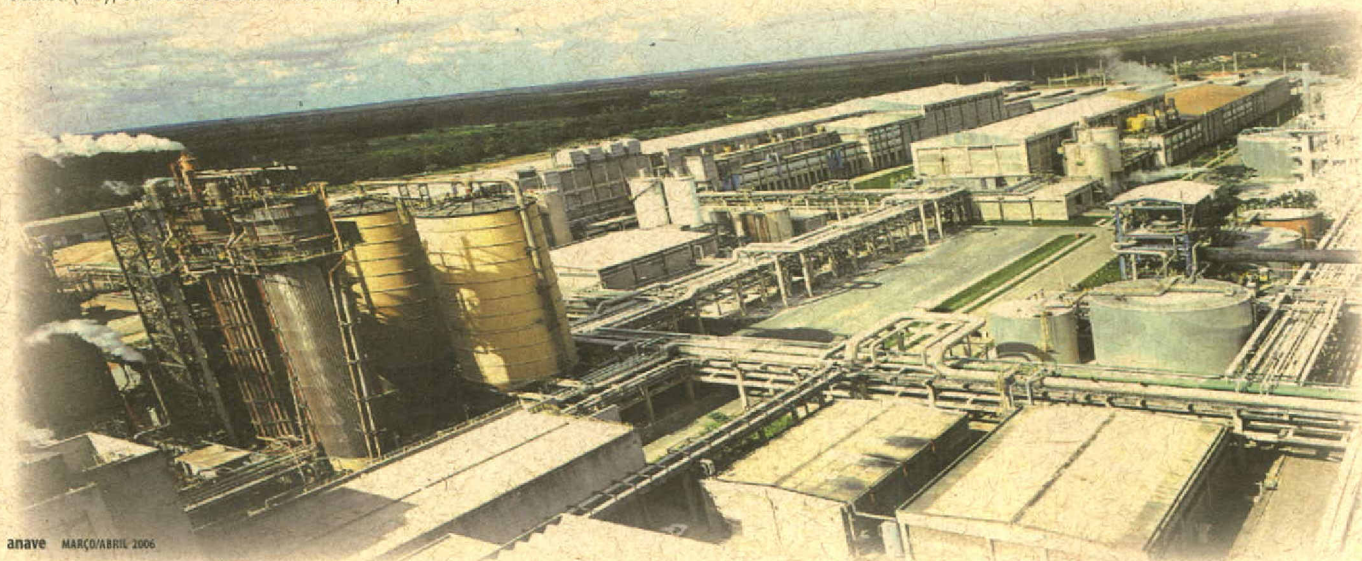
• ABORDAGEM AMBIENTAL

Emissões atmosféricas
 Lançamentos em corpos d'água
 Lançamentos no solo
 Uso de matérias-primas e recursos naturais
 Uso da energia
 Energia emitida: calor, radiação, vibração
 Resíduos e subprodutos
 Atributos físicos: tamanho, cor, forma, aparência

• ASSOCIADOS ÀS ATIVIDADES

Projeto e desenvolvimento
 Processo de fabricação
 Embalagem e transporte
 Desempenho ambiental e práticas de prestadores de serviços e fornecedores
 Gerenciamento de resíduos
 Extração e distribuição de matérias-primas e recursos naturais
 Distribuição, uso e fim de vida dos produtos
 Vida selvagem e biodiversidade

Fonte: Norma NBR ISO 14001



**ANUNCIE NESTA SEÇÃO
TEL.: (11) 6605-5522**

MARKETPLACE

WM

Papéis e Cartões



Santa Clara Indústria de Papéis

WTL • Capa • Duplex Branco e Marrom • Test Liner
160 a 550 g/m²



BN PAPEL CATARINENSE LTDA

Seda • Monolucido • Papéis Especiais
18 a 50 g/m²

**PAPÉIS E CARTÕES
ECOLOGICAMENTE CORRETOS
100% RECICLADOS**

Rua Joaquim Guarani, 311 - cj 4 - Brooklin
Cep 04707-061 - São Paulo - SP
Tel. (11) 5181-2484 - Fax (11) 5181-1523
wm_ltda@papeiscartoes.com.br

**Representações
Spera**



Ibema - Cia. Brasileira de Papel

- Cartão Triplex Coating
- Cartão Duplex Coating
- Papel Monolucido e Apergaminhado
- Superbound

Himasa - Heidrech Industrial -

- Merc. e Argicola S/A
- Papelão Couro

Industrial e Agrícola Rio Verde Ltda.

- Papelão Paraná

Indústria 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 - São Paulo - SP
PABX 11-6223.7800 - Fax 11-6223.7307
rspera@uol.com.br



**Papéis em bobinas
e folhas para impressão
de livros,
revistas e
jornais**

OFFSET
COUCHÉ
IWC
SUPER CALANDRADO
JORNAL
CARTÃO

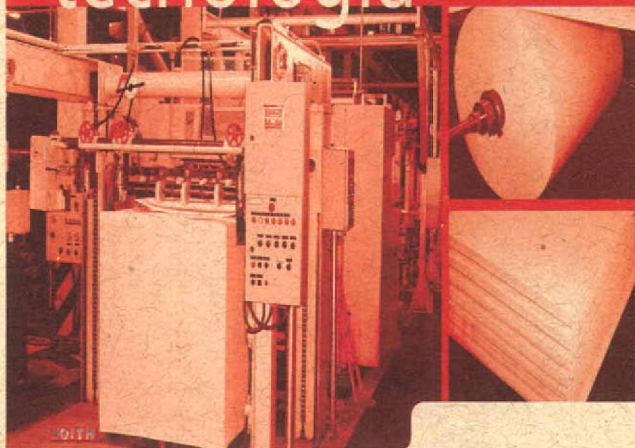


**CIA. INDÚSTRIA E
COMÉRCIO DE PAPEL**

**85 anos fornecendo os
melhores papéis para
as melhores impressões**

São Paulo/SP (11) 3670.0800
Rio de Janeiro/RJ (21) 3860.7982
Fortaleza/CE (85) 3228.3682
Ribeirão Preto/SP (16) 3629.5430
Belo Horizonte/MG (31) 3222.1101
Brasília/DF (61) 3387.2628
Curitiba/PR (41) 3329.7344
Porto Alegre/RS (51) 3055.1067

Nossa qualidade tem nome:
tecnologia



**Excelência em serviços - qualificação para
atendimento aos fabricantes de papel**

**Equipamentos de alta performance - conversão
de bobinas em folhas e rebobinamento**

Inovação na distribuição de papel

RESMAPEL

Conversão e Comércio de Papel

Av. Presidente Wilson, 5494
CEP 04220-001 - São Paulo - SP
Tel.: 11 6166 4600 - 0800 7717600
Tel.: Matriz (Terra Preta) 11 4486 1521
Tel.: Administrativo 11 5054 4444
www.resmapel.com.br

Distribuidor





Novos rumos ao cut size

O mercado de papel cortado é um dos que mais avançam no Brasil, mas ainda enfrenta problemas relacionados à distribuição

O crescente aumento no consumo de papel cut size transformou este mercado em um dos mais importantes da indústria papelreira nos últimos anos. Só em 2005, a produção de cut size, cujo formato mais comum é o A4, atingiu 775 mil toneladas, segundo dados da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa). Desse total, 433 mil toneladas foram destinadas à exportação e o restante foi comercializado no mercado interno. Até março, já haviam sido produzidas 197 mil toneladas do produto. De acordo com a Associação Nacional dos Distribuidores de Papéis (Andipa), a demanda por cut size aumenta 5% ao ano, em média.

No Brasil, esse tipo de papel é fabricado pela Votarantim Celulose e Papel (VCP), Suzano, Ripasa e International Paper. O número de distribuidores que prestam serviço às fabricantes, no entanto, ultrapassa 200 empresas, que dominam mais de 400 pontos-de-venda. Essa situação leva cada uma das quatro fabricantes a utilizar cerca de 25% do mercado de distribuição. Na avaliação do presidente da Andipa, Andrés Ro-

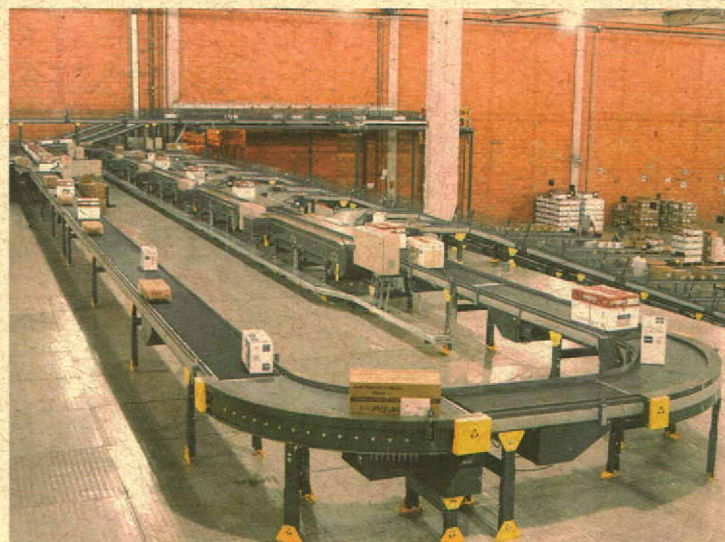
mero, a distribuição de cut size deve passar por um processo de reestruturação, atendendo às necessidades do mercado. "As estratégias individuais das empresas já estão sendo alteradas. A falta de uma política organizada para o setor e de profissionalismo no mercado de distribuição forçou essa reação".

Romero ressalta que a maior dificuldade na área de distribuição de cut size está relacionada ao excesso de oferta que leva à competição predatória de preços. "Essa competição desleal leva o distribuidor à sonegação de impostos. A Andipa luta para que seja construído um mercado

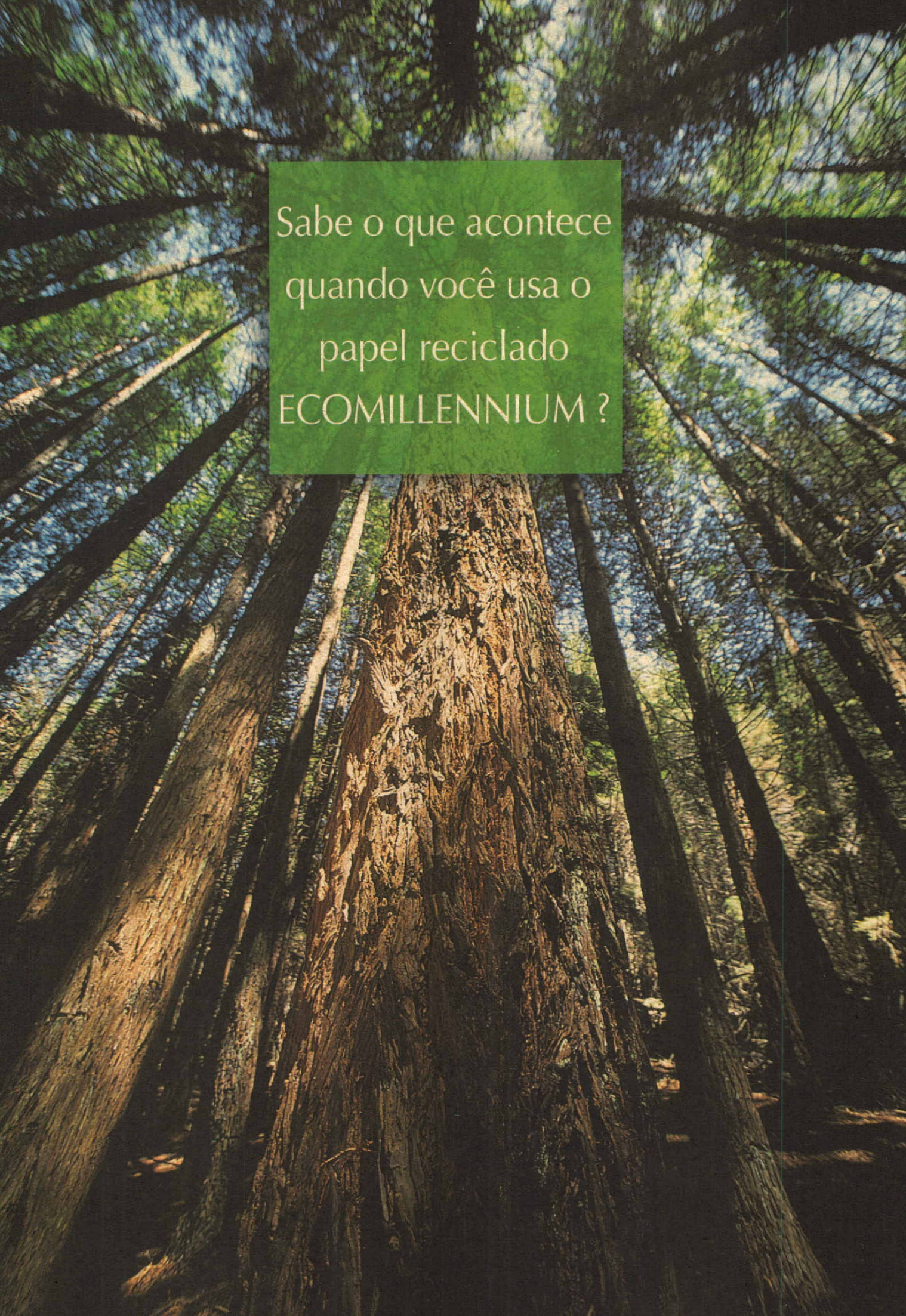
mais ético e com menos deficiências", defende. João Lalli Neto, diretor geral da KSR, responsável pela distribuição dos papéis da VCP, concorda que a concorrência no setor é muito agressiva. "A distribuição de cut size sofre muita influência da política tributária, que acaba por prejudicar a atividade", declara.

As políticas das fabricantes de cut size já foram mais claras em relação à distribuição, segundo Geraldo Soares, gerente de Negócios da Área de Licitações da Gimba, que distribui os papéis da Ripasa e da VCP. "Hoje essas políticas estão desordenadas, o que fez com que surgisse um número absurdo de distribuidores. Com isso, há uma distorção muito grande de preços no mercado e a rentabilidade dos distribuidores acaba sendo sacrificada". Alberto Lima, um dos sócios da Encapa, distribuidora dos papéis Ripasa, em Minas Gerais, ressalta que a falta de uma política de distribuição obriga os profissionais a concorrerem tanto com empresas formais quanto informais. "A concorrência se torna praticamente impossível e injusta, além de dificultar a obtenção de lucro". O gerente da Gimba acrescenta que "muitas dessas pessoas não têm nenhum conhecimento da indústria de papel e estão despreparadas para realizar a atividade".

Alguns distribuidores, com apoio das fabricantes e da Andipa, vêm desenvolvendo propostas para aprimorar e profissionalizar a atividade. Uma das iniciativas mais recentes envolve a criação do Conselho do Setor de Cut Size (ver quadro), um órgão consultivo que reúne representantes das fabricantes e distribuidoras de cut size. O presidente da Andipa lembra que 80% das vendas desse tipo de papel no país são realizadas por associados da entidade,



Esteira rolante da Gimba: logística integrada com pedidos via internet



Sabe o que acontece
quando você usa o
papel reciclado
ECOMILLENNIUM ?

Com a
natureza nada,
mas suas
idéias ganham
vida nova.



A cada 50 quilos de papel reciclado, uma árvore é poupada. Assim, quando você usa o papel Ecomillennium, contribui para a melhoria das condições ambientais e ainda ajuda a gerar empregos em dezenas de cooperativas de coletores de recicláveis. O papel Ecomillennium proporciona resultados superiores de impressão nos mais diversos processos, além de ser o único que oferece a opção de papel adesivo. Usando o papel Ecomillennium, suas idéias ganharão mais respeito, empatia e qualidade. Você causa a melhor impressão e todo o mundo agradece.

- **100% RECICLADO:** Ecomillennium é um papel 100% reciclado
- **PRESERVA A NATUREZA:** Contribui para a melhoria das condições ambientais, devido à redução de resíduos nocivos à natureza.
- **SOCIALMENTE JUSTO:** Usando em seus trabalhos, você ajuda a gerar empregos em dezenas de cooperativas de catadores de resíduos

Ficha Técnica do Papel Eco Millennium

Aparas pré-consumo	70%	Papel em branco, coletado na indústria	
Aparas pós-consumo	30%	Proveniente da coleta seletiva	
Clareamento	sem cloro	Tecnologia limpa de produção	
Formatos Disponíveis	A4	Varejo - gramaturas 75 e 90 g/m ²	
	66 x 96 cm	Gráficas e atacadistas - todas as	
	Especiais	gramaturas	
Gramaturas	50 g/m ²	56 g/m ²	63 g/m ²
	75 g/m ²	90 g/m ²	120 g/m ²
	150 g/m ²	180 g/m ²	240 g/m ²

Melhores Resultados de Impressão




Ecomillennium
Nosso papel é preservar


Gordinho Braun
Millennium
www.gbmillennium.com.br
0800-109509

o que reforça a relevância do Conselho. "Um dos pontos mais fortes discutidos é a ética. Trabalhamos para acabar com a concorrência desleal e a degradação dos preços", destaca Romero. Para os distribuidores entrevistados, a solução está na elaboração de uma política de trabalho com conceitos bem definidos, que deixem toda a cadeia produtiva satisfeita. "É preciso dar um novo rumo ao segmento de

Para auxiliar na distribuição, a KSR implementou os sistemas de CRM (gestão de relacionamento com clientes) e R/3 (gestão empresarial), da empresa alemã SAP, inéditos no mercado de distribuição. "Nossa logística é totalmente informatizada e integrada. Para um bom resultado, no entanto, é necessária a combinação de operações racionais e pessoas qualificadas", completa Lalli.

Para atender à grande quantidade de pedidos, a Gimba investiu em uma nova ferramenta de requisição via Internet, o Web Supply. "É um sistema de logística inteligente, que trabalha com coleta de dados", explica Geraldo Soares. Ao receber o pedido, o sistema identifica a solicitação, que pode ser fracionada (por resmas) ou por caixas fechadas (cada uma contendo dez resmas). O pedido é, então, encaminhado para a esteira rolante, já com a etiqueta



Centro de distribuição da International Paper, em Mogi Guaçu (SP)

distribuição de cut size, para que o negócio não deixe de ser interessante do ponto de vista comercial", observa Soares. "Só quando houver uma estrutura de distribuição focada na ética, haverá uma melhora no cenário de distribuição", complementa o sócio da Encapa.

SISTEMAS INFORMATIZADOS E INTELIGENTES

As principais distribuidoras estão preparadas para suprir o crescimento da demanda de cut size. Estratégias e ferramentas de logística auxiliam na distribuição do produto que, na opinião de Alberto Lima, da Encapa, é bastante simples de manusear, graças ao alto nível de tecnologia empregado na embalagem. Por outro lado, Geraldo Soares, da Gimba, ressalta que a logística do cut size é cara. "O produto ocupa bastante espaço, o que exige uma área grande para armazenamento".

O transporte do produto pode ser feito por caminhões, carretas ou vans, dependendo da quantidade de papel. "Para o armazenamento, é recomendável que os pallets não ultrapassem a quantidade de 56 caixas cada e que não sejam empilhados mais de três pallets. Além disso, o produto não pode ficar em contato com umidade, exposto ao sol, nem encostado em paredes", lembra João Lalli Neto, da KSR.

contendo as informações de entrega. Segundo o gerente, a esteira é totalmente automatizada e utiliza leitura de código de barras. Na etapa final, o pedido é conferido por operadores.

Atender ao mercado nacional é prioridade para a International Paper (IP), de acordo com Fernando Godinho, gerente de Trade Marketing da empresa. "Caso haja forte crescimento na demanda por cut size, nossa fábrica tem capacidade para direcionar mais volume à produção do papel cortado. Se necessário, podemos ainda reduzir o volume das exportações para atender ao mercado nacional".

O executivo acredita que o Supply Chain é fundamental para o sucesso da distribuição. "A maximização de cargas, desenhos de rotas e modelos de transporte adequados são o diferencial para o sucesso da distribuição de papel". A IP utiliza o sistema Elixir, da empresa Majiq, por meio do qual é possível alocar o produto de forma sistematizada, garantindo que ele embarque mesmo quando existe a necessidade de consolidação de cargas. Godinho explica que o monitoramento e gerenciamento da carga são realizados pelo critério FIFO (first in, first out - o primeiro que entra, o primeiro que sai, em tradução livre). "A utilização de códigos de barras também facilita o embarque, agilizando o processo de segregação e faturamento dos pedidos", acrescenta. ■



Andrés Romero, presidente da Andipa

Conselho do Setor de Cut Size

Criado em 2005 pela Associação Nacional dos Distribuidores de Papéis (Andipa), o Conselho do Setor de Cut Size é um órgão consultivo e deliberativo que reúne um representante das quatro fabricantes de cut size e quatro representantes de distribuidoras. Durante as reuniões mensais, cujas atas são públicas, são discutidas questões relacionadas ao segmento como práticas, preços, problemas fiscais e market share. "O Conselho funciona como uma câmara setorial, onde são levantados assuntos que prevêm a melhora do setor. Nosso principal objetivo é analisar os principais problemas que envolvem o segmento de cut size, tendo em vista a reestruturação e consolidação da política de distribuição do papel cortado", esclarece Andrés Romero, presidente da associação.

Os integrantes do Conselho concentram-se atualmente na discussão do Projeto de Lei 794/2005, que prevê a substituição tributária para o papel cortado e já tramita na Assembléia Legislativa do estado de São Paulo, onde estão sediados os quatro fabricantes de cut size. Por ser um produto vendido diretamente ao consumidor, o papel cut size sofre influência do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS). Pelo sistema de substituição tributária, os tributos que incidem várias vezes no decorrer da cadeia de circulação de uma determinada mercadoria ou serviço passam a ser recolhidos de uma só vez. A Andipa acredita que isso acabaria com a sonegação fiscal que, conseqüentemente, leva à competição desleal na cadeia de distribuição de papel. "O propósito da Andipa é despertar a consciência ética de seus associados para que não façam uso desses mecanismos e denunciem essa prática", reforça Romero.

Empresas aderem a soluções de TI para gerenciamento de produção e distribuição

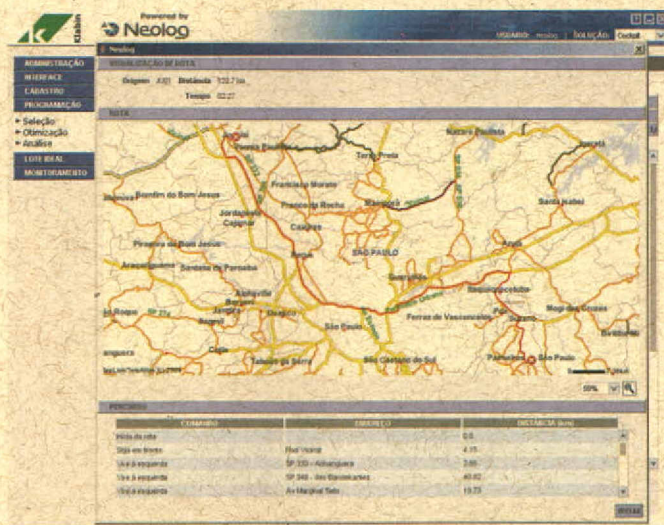
Setor de celulose e papel busca modernização tecnológica para avançar no mercado

As indústrias de celulose e papel têm investido cada vez mais em tecnologia. A expansão dos processos produtivos, implantação de novas unidades e fusão com novas empresas são fatores que têm fomentado a busca por processos mais dinâmicos e eficazes, que otimizem a produção, reduzam custos e contribuam para um melhor fluxo de informações. Com isso, as empresas que desenvolvem softwares de gestão têm, cada vez mais, direcionando seus produtos e soluções ao setor de celulose e papel.

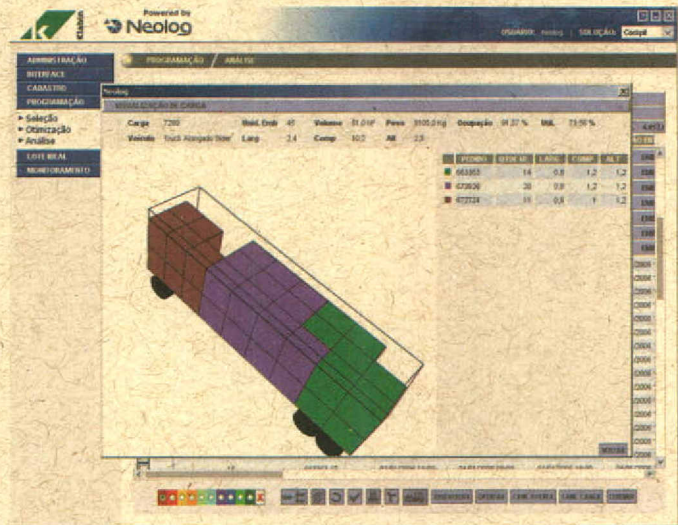
O software Cockpit, desenvolvido pela provedora de soluções para otimização da logística e da cadeia de suprimentos Neolog, começou a ser implantado na Klabin em janeiro deste ano, mas foi concluído somente em março. Atuando em nove plantas da empresa, este sistema tem o objetivo de gerenciar processos logísticos e organizar os procedimentos, programando uma melhor combinação das cargas. Através deste software, a empresa tem a possibilidade de obter melhor aproveitamento do frete, impedindo o conhecido "frete morto", utilização de somente

50% do veículo e, assim, evitando o desperdício. A Neolog busca desenvolver seus produtos a partir da identificação da necessidade de seus clientes. Segundo Danilo Campos, presidente da Neolog, o software Cockpit foi implantado na área de papelão ondulado da Klabin. Campos afirma que o programa foi desenvolvido considerando as necessidades do transporte de cargas de baixa densidade, como o caso do papelão ondulado. Segundo Campos, este sistema proporciona a programação de cargas de forma mais eficiente, com menor custo para o frete, definindo o perfil do veículo que mais se adequa e avaliando sua capacidade, considerando as dimensões e o volume ocupado. Uma das ferramentas deste programa visa a desenvolver o cálculo da quantidade máxima que cabe em cada veículo. O sistema também permite definir o melhor roteiro para o veículo e acompanhar o percurso do caminhão através do monitoramento. Campos acredita que por meio do rastreamento do caminhão é possível aumentar o nível do serviço, além de garantir maior pontualidade. De acordo com Gabriella Michelucci, gerente regional da Klabin para a divisão de embalagens, um dos principais benefícios gerados pela implantação deste software foi a possibilidade de "formatar a chegada dos

caminhões, garantindo giros administrados, o que impede que os veículos fiquem parados, gerando custos". O sistema é totalmente informatizado, inclusive na fase de carregamento. Segundo Gabriella, antes da implantação do software Cockpit, os gastos com transporte chegavam a R\$ 500 mil e cerca de 50% deste valor correspondia ao "frete morto". Uma das maiores dificuldades para implantação deste software foi a adaptação do hardware ao novo sistema logístico. Antes da adoção deste novo software, a Klabin tentou implantar outro sistema, mas, segundo Gabriella, não deu certo, pois não era o mais adequado para as necessidades da empresa. O software foi implantado há poucos meses, portanto ainda não foi possível medir os seus resultados, mas Campos acredita que a Klabin poderá ter um ganho de 5% a 10%, otimizando a frota de veículos e as centrais de despacho. Os benefícios poderão ser medidos através do aumento da produtividade, diminuição do consumo de combustíveis, horas trabalhadas e entregas pontuais. Esses fatores significam bastante para o setor, pois, segundo Campos, "o custo logístico corresponde a cerca de 10% na cadeia produtiva, dessa forma, 1% em economia faz grande diferença".



Rota de entrega: exemplo de um roteiro feito pelo caminhão para entregar os produtos ao cliente



Arranjo de carga 3D: exemplo da configuração da carga dentro de um veículo, respeitando sua seqüência de entrega

Outras empresas preferiram adotar um sistema de gerenciamento mais amplo, envolvendo não somente o setor de logística e distribuição, mas todos os outros processos da cadeia produtiva.

A provedora de soluções SAP desenvolve softwares responsáveis pela integração de processos, considerando a necessidade de cada cliente. De acordo com Marco Aurélio Silva, gerente de soluções da América Latina, uma das principais características da SAP é o desenvolvimento de soluções diferenciadas, pois o setor de celulose e papel possui características específicas que o difere de outros setores. "Além disso, dentro de um mesmo setor, há formas específicas de gerenciamento. A empresa 'A', por exemplo, pode fazer uma gestão financeira totalmente diferente da empresa 'B'", afirma Marco Aurélio Silva. Implantado em diversas empresas do setor de celulose e papel, o software R/3, conhecido atualmente como mySAP, oferece diversas vantagens ao cliente. Segundo Marco Aurélio Silva, um dos principais ganhos destas empresas com a adoção do software mySAP foi, além da padronização e integração de todo o sistema, uma contribuição para a tomada de decisão, isto é, onde alocar melhor o produto. O software mySAP atua integrando processos dos vários departamentos de uma empresa, recursos humanos, financeiro, logística, vendas, produção e manutenção, permitindo capacitação nos níveis operacional, tático e estratégico e facilitando a circulação de informações. Um dos principais motivos que gerou a demanda de indústrias de celulose e papel pelo software mySAP foi uma necessidade de gerenciamento da cadeia de

O crescimento da demanda externa pela celulose tem obrigado o mercado brasileiro a aperfeiçoar seus métodos produtivos, de forma a garantir a distribuição e escoamento da produção. À medida que aumenta o consumo externo por este produto, torna-se necessário o gerenciamento do processo produtivo para possibilitar melhor fluxo de informações. Segundo Marco Aurélio Silva, para este segmento o mercado externo é muito relevante. As empresas de papel e celulose investem cerca de US\$ 1 bilhão por ano em modernização. O direcionamento para o mercado externo tem feito com que várias empresas busquem constantes investimentos em tecnologia.

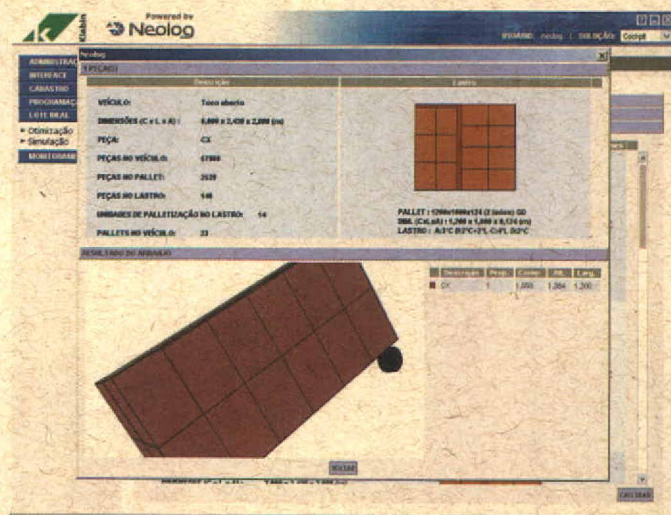
suprimentos através de um processo integrado, envolvendo a área florestal, produção da celulose, produção do papel e distribuição. "É preciso ter sinergia, viabilizar a integração dos procedimentos", afirma Marco Aurélio Silva.

Um dos clientes da SAP é a empresa Veracel, parceria das empresas Aracruz e sueco-finlandesa Stora Enso. A implantação do software mySAP foi iniciada em julho de 2001. Em janeiro de 2002 o sistema já podia ser utilizado em ambiente de produção. Naquele período, a empresa tinha foco em operações florestais, pois o projeto da fábrica ainda não estava aprovado, portanto, foram implantados somente alguns módulos do sistema. Segundo Roberto Carlos Mantovani, gerente de Tecnologia da Informação da Veracel, o principal objetivo para implantação do SAP foi dar um suporte eficiente aos negócios da empresa, que estavam em plena ascensão. "Além disso, pretendíamos preparar as pessoas para trabalhar com sistemas integrados e facilitar a implantação do SAP no cenário de operação da fábrica, que ocorreu mais tarde, em 2005, quando foram implantados os módulos de manutenção e produção", afirma Mantovani. Na Veracel, o mySAP funciona como uma "espinha dorsal" dos processos de negócios da empresa. O sistema realiza as movimentações financeira e contábil, e

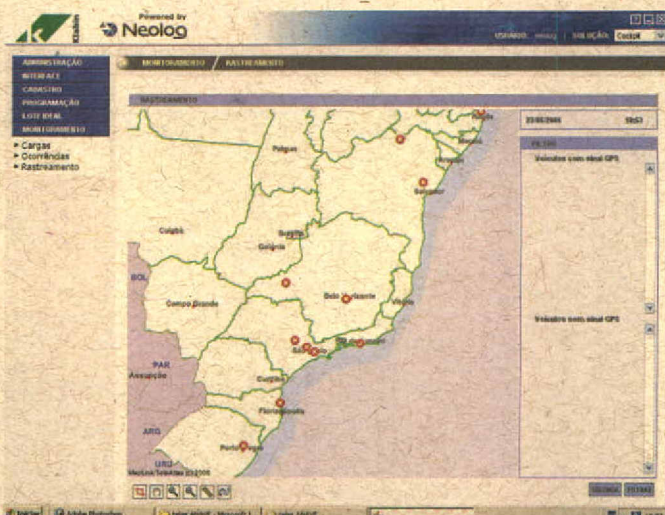
permite que novos processos sejam incorporados ou readequados à realidade de negócios de uma forma sinérgica.

Outra empresa que implantou o software mySAP foi a Aracruz. Segundo Mário Dobal, gerente de Tecnologia da Informação da Aracruz, os primeiros módulos do software foram implantados no início de 1998 com o objetivo de integração de gestão e dos processos administrativos e produtivos das áreas financeira, contábil, comercial e de suprimentos. Os demais módulos, de manutenção, produção, recursos humanos e qualidade, foram implantados até 2001. Segundo Dobal, os principais benefícios adquiridos com a adoção deste software foram a redução de custos e a atualização das informações. "Antes da implantação deste sistema, existiam vários sistemas separados e sem uma integração. Havia uma grande quantidade de dados duplicados e faltava agilidade nas informações", afirma Dobal.

Dentro da cadeia produtiva, o gerenciamento florestal e a distribuição também são fundamentais para o segmento de celulose e papel, especialmente para o setor florestal, que é a base de toda a indústria. A modernização é uma questão de sobrevivência. Manter os custos de produção competitivos, controlar fatores internos, como as condições climáticas, dominar a tecnologia florestal e a disponibilidade de áreas para plantio de florestas são importantes no processo de modernização tecnológica. O Brasil hoje é considerado por investidores estrangeiros um país atraente para a expansão de seus negócios. E as empresas brasileiras estão atentas a este movimento, fazendo o seu papel de investir e acreditar no setor.



Cálculo do lote ideal: exemplo da otimização de lastro e paletes para cada veículo



Irani recebe prêmio Qualidade Exportação



A Celulose Irani recebeu o Prêmio Qualidade Exportação, criado pela Revista da Madeira, com apoio da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), Associação Brasileira da Indústria de Madeira Processada Mecanicamente (Abimci), Associação Brasileira das Indústrias do Móvel (Abimóvel), Associação Brasileira das Indústrias de Painéis de Madeira (Abipa), Associação Brasileira de Produtores e

Exportadores de Madeira (Abmex) e Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa).

Só no ano passado, o setor de base florestal exportou mais de US\$ 7,5 bilhões, valor 8% superior ao registrado em 2004. Já a indústria de papel e celulose foi responsável pelo maior crescimento das exportações (17%), atingindo US\$ 3,4 bilhões.

Em 2005, a Celulose Irani exportou US\$ 28 milhões, equivalentes a 20% do faturamento do grupo. Na Divisão Papel, a empresa exportou US\$ 13,6 milhões, o que representa aumento de mais de 20% em relação ao ano anterior.

"Utilizamos uma estratégia de vendas pulverizadas e conquistamos novos mercados como Malásia, México, Estados Unidos, Costa Rica, Trinidad Tobago e Itália, mantendo atenção especial à América Latina, em função da facilidade logística", explica Henrique Zugman, gerente Exportação da Celulose Irani.

Irani - www.irani.com.br

Tel.: (51) 3220-3535

Fonte: Irani

Congresso discute o futuro da indústria de celulose e papel na América Latina

A ANAVE participou do Congresso da RISI, empresa provedora de informações do setor de celulose, papel e produtos florestais, "RISI Latin America Conference Outlook", um dos mais importantes eventos do setor de celulose e papel, realizado pela primeira vez no Brasil, no Rio de Janeiro, de 21 a 23 de maio. Com o tema "Perspectivas sobre a indústria de celulose e papel na América Latina", o congresso abordou o futuro da indústria de produtos florestais na região, apresentando uma análise do mercado, desafios e oportunidades.

A programação incluiu palestras em que foram discutidos temas relacionados ao mercado de celulose e papel na América Latina, setor florestal e sustentabilidade, comércio internacional e distribuição. Na ocasião estiveram presentes líderes da área, entre eles, Otávio Pontes, vice-presidente para a América Latina da Stora Enso, Raúl Pazos Novoa, CEO do Grupo Ence, Heloísa Barbosa, gerente de Marketing da Aracruz Celulose, Celso Foekel, consultor da Degree Celcius e diretor interna-

cional da ABTCP, José Luciano Penido, presidente da Votorantim Celulose e Papel (VCP), Maximo Pacheco, presidente da International Paper, Miguel Sampol, diretor geral da Klabin, Afonso Kiehl Noronha, vice-presidente de Relações Internacionais da Norske Skog da América do Sul, Ricardo Zerbino, presidente da CICEPLA e diretor da empresa Fanapel, além de Rod Young, CEO da RISI, que apresentou um panorama geral sobre a situação do mercado de papel e celulose na região.

Os participantes também puderam conferir um painel de executivos com os CEOs das principais empresas do setor, que discutiram as previsões para os próximos dez anos da indústria de celulose e papel na América Latina.

Segundo Rhiannon James-van Beuninger, vice-presidente para Produtos Editoriais da RISI, a empresa ficou satisfeita com os resultados do evento, cujo número de participantes superou as expectativas, chegando a quase 200 pessoas. Confira a cobertura completa do evento na edição 125 da Revista ANAVE.



Suzano lança 5ª edição do Prêmio Max Feffer

A Suzano Papel e Celulose lançou a 5ª edição do Prêmio Max Feffer de Design Gráfico, que premia trabalhos desenvolvidos em Reciclato, papel cartão Supremo Duo Design e Supremo Alta Alvura, produtos exclusivos da empresa.

Os três primeiros colocados de cada uma das quatro categorias receberão prêmios em dinheiro, sendo R\$ 14 mil para o primeiro lugar. Já o autor da "Peça Destaque" ganhará uma viagem internacional para participar de um evento sobre design.

O Prêmio Max Feffer, que oferece a premiação em dinheiro de maior valor neste mercado, foi formulado seguindo as diretrizes do International Council of Graphic Designers Association (Icôgrada) e tem o júri composto por renomados profissionais do design gráfico.

Este ano, a Suzano espera superar as 780 peças inscritas em 2005. As inscrições, gratuitas, podem ser feitas até 31 de outubro no site www.suzano.com.br/premiomaxfeffer.

Suzano - www.suzano.com.br

Tel.: (11) 0800-555-100

Produção de embalagens deve crescer 3% este ano

A Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) anunciou que a produção de embalagens deve crescer até 3% este ano, em comparação com 2005. O setor registrou queda de 1,3% de volume produzido no ano passado, enquanto o faturamento total aumentou 3%, atingindo R\$ 31,3 bilhões.

Segundo o coordenador de análises econômicas da Fundação Getúlio Vargas, Salomão Quadros, os segmentos de papel, papelão e plásticos se destacam em possibilidades de crescimento. "Papelão tem muito uso generalizado, porque condiciona outros tipos de embalagem. O aquecimento do mercado interno, somado à tendência de queda de preço da celulose, deve estimular as vendas ao longo do ano", afirma.

Em 2005, a indústria farmacêutica apresentou o maior aumento no consumo de embalagens, com 14,4%, seguida pelos aparelhos eletrônicos, com 14,2%, e bebidas, com 6,4%. As quedas foram lideradas por vestuário, com 5%, e calçados, com 3,2%.

Fonte: ABRE

REGISTRO ESPECIAL DAS EMPRESAS DO SETOR PAPELEIRO JUNTO À SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL



KANAMARU e CRESCENTI
Advogados & Consultores

As operações com papel destinado à impressão de livros, jornais e periódicos são, no Brasil, imunes à tributação por meio de impostos, de acordo com o que prevê o artigo 150, VI, alínea "d", da Constituição Federal.

Essa imunidade atinge, entretanto, somente os impostos incidentes na industrialização e comercialização do papel (os chamados impostos indiretos), não abrangendo, por exemplo, o Imposto sobre a Renda e as contribuições sociais.

Com o objetivo de controlar as operações com papel imune, e de forma a evitar as possíveis fraudes que poderiam ocorrer no setor, lembrando, sempre, que somente o papel destinado à impressão de livros, jornais e periódicos é imune a impostos, a Receita Federal editou, em 24 de agosto de 2001, a Instrução Normativa SRF nº 71, que instituiu o registro especial para estabelecimentos que realizem operações com papel destinado à impressão de livros, jornais e peri-

ódicos. Na esteira da criação do registro especial, foi estabelecida ainda uma segunda obrigação acessória, chamada Declaração Especial de Informações relativas ao Controle de Papel Imune (DIF-Papel Imune).

Com a edição da referida instrução normativa, o registro especial tornou-se, a partir de 2002, obrigatório para os fabricantes, distribuidores, importadores, empresas jornalísticas ou editoras e gráficas que operem com papel imune, atingindo, assim, toda a cadeia do setor papelero. À falta do registro, o estabelecimento que opera com papel imune está proibido de promover o despacho aduaneiro, a aquisição, a utilização ou a comercialização do referido papel. Significa dizer que, para a realização de qualquer operação que envolva papel imune, será necessária a prévia inscrição no registro especial da Receita Federal, o que já demonstra a suma importância do atendimento dessa obrigação acessória.

É importante destacar que o registro especial deve ser obtido para cada atividade desenvolvida na cadeia.

Assim, uma determinada empresa que fabrica e distribui papel imune, está obrigada a inscrever-se no registro especial nas condições de fabricante e distribuidor de papel. Portanto, somente de posse dos dois registros, como fabricante e como distribuidor, é que essa empresa poderá realizar as respectivas operações de fabricação e distribuição.

Com efeito, são previstas cinco hipóteses de registro, de acordo com a atividade do estabelecimento, a saber: (i) fabricante de papel (FP); (ii) usuário: empresa jornalística ou editora que explore a indústria de livro, jornal ou periódicos (UP); (iii) importador (IP); (iv) distribuidor (DP); e (v) gráfica: impressor de livros, jornais e periódicos, que recebe papel de terceiros ou adquire com imunidade tributária (GP).

Para a obtenção do registro especial junto à Receita Federal, é necessário que a empresa esteja legalmente constituída para o exercício da atividade, ainda que se tratar de firma individual, e, nos casos de fabricantes, empresas jornalísticas, editoras e gráficas, que disponha de instalações industriais necessárias ao exercício de sua atividade. Para tanto, devem ser apresentados, na unidade da Receita Federal da jurisdição do estabelecimento, o pedido de registro especial, acompanhado de: (a) dados de identificação da empresa; (b) cópia do estatuto, contrato social ou declaração de firma individual, além das alterações posteriores, devidamente registrados e arquivados no órgão competente de registro de comércio; (c) indicação da atividade desenvolvida no estabelecimento, de acordo com uma das cinco hipóteses anteriormente citadas; (d) indicação e identificação do titular da firma individual ou relação de sócios, pessoas físicas, bem como diretores, gerentes, administradores e procuradores; e (e) relação das pessoas jurídicas controladoras, além dos respectivos sócios, pessoas físicas, diretores, gerentes, administradores e procuradores, com sua respectiva identificação.

Para as empresas jornalísticas, editoras ou gráficas, a Receita Federal exige ainda que seja informado se as oficinas de impressão são próprias ou de terceiros.

Na omissão ou insuficiência de documentos, a mesma notificará a empresa para sanar a falta verificada no prazo de 10 (dez) dias.

O pedido de registro especial será indeferido caso a empresa solicitante não atenda aos requisitos documentais acima citados ("a" a "e"), ou, ainda, os requisitos formais (constituição legal e instalações

industriais suficientes para exercício da atividade). Desse indeferimento, cabe recurso, no prazo de 30 (trinta) dias contados da ciência do indeferimento, que deve ser dirigido ao Superintendente da Receita Federal da jurisdição da empresa requerente.

Uma vez concedido o registro, a Receita Federal fará publicar no Diário Oficial da União um Ato Declaratório Executivo (ADE), contendo o nome do estabelecimento, seu endereço, CNPJ, número do processo administrativo e número do registro especial.

Fica ressalvado, entretanto, o direito da Receita Federal cancelar o registro especial concedido, caso haja o posterior desatendimento de qualquer dos requisitos que condicionaram a concessão do registro. Nesse caso, antes do cancelamento, a mesma notificará o contribuinte para, no prazo de 10 (dez) dias, esclarecer a falta e apresentar provas de seu cumprimento. Do cancelamento, cabe recurso, no prazo de 30 (trinta) dias, para o Superintendente da Receita Federal.

É relevante mencionar que qualquer alteração verificada após a concessão do registro especial nos elementos exigidos para a sua obtenção deve ser comunicada à Receita Federal, no prazo de 30 (trinta) dias contados de sua ocorrência, sob pena de pagamento de multa no importe de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais).

No que atina à DIF-Papel Imune, sua apresentação é obrigatória para todas as empresas que operem com papel imune e, assim, sejam detentoras do registro especial. Sua apresentação é trimestral, e deve ocorrer no último dia útil dos meses de janeiro, abril, julho e outubro, em relação às operações dos trimestres imediatamente anteriores. A DIF-Papel Imune deve ser preenchida em programa disponibilizado no site da Receita Federal (www.receita.fazenda.gov.br), e deve ser enviada em meio magnético. Sua não-apresentação acarreta a aplicação de multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) por mês-calendário. Por sua vez, a omissão nas informações apresentadas na DIF-Papel Imune pode configurar hipótese de crime contra a ordem tributária.

Por fim, o desvio da finalidade do papel tido por imune, ademais de gerar sanções penais e tributárias, acarreta a obrigatoriedade de pagamento do imposto devido, excluindo, assim, a imunidade do papel.

www.kanamaru.com.br



Klabin conquista selo FSC

No início de maio, a Klabin recebeu o selo FSC - Forest Stewardship Council (em português, Conselho de Manejo Florestal) para as cadeias de custódia: produção de papel cartão e kraftliner, em Angatuba (SP), de sacos industriais em Lages (SC) e sackraft e kraftliner (papéis para embalagens), em Correia Pinto e Otacílio Costa (SC).

Com essas certificações, mais a obtida anteriormente pela unidade de Monte Alegre (PA), a companhia passa a ter o selo FSC para

todas as cadeias de custódia de produção de papéis e cartões de fibras virgens.

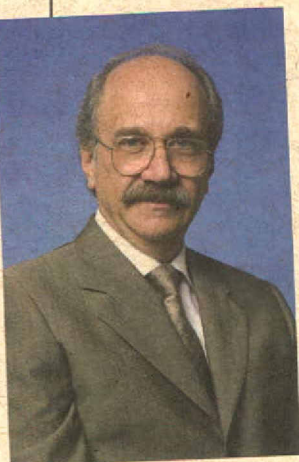
"Estas certificações são mais uma amostra de que o caminho de pioneirismo e sustentabilidade, perseguido pelos fundadores da empresa, vem sendo seguido à risca no dia-a-dia da Klabin, reforçando sua posição de liderança", afirma Miguel Sampol, diretor geral da Klabin.

Klabin - www.klabin.com.br

Tel.: (11) 4588-7000

Fonte: Klabin

Suzano atinge lucro de R\$ 152 milhões no primeiro trimestre



Em abril, Bernardo Szpigel, diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Suzano Papel e Celulose, apresentou os resultados financeiros da companhia, relativos ao primeiro trimestre deste ano. "Foi

um período de resultados significativos para a Suzano, que atingiu lucro de R\$ 152 milhões", informou Szpigel. O crescimento em relação ao mesmo período de 2005, quando a empresa registrou lucro de R\$ 91 milhões, foi de 67%.

Como fatores importantes para esse resultado, o diretor destacou o cenário otimista dos preços de celulose e a forte recuperação do mercado interno, além do aperfeiçoamento do modelo de governança corporativa da empresa, que envolveu a criação de um comitê de auditoria e a ampliação do escopo de função dos comitês existentes. Szpigel ressaltou ainda a redução de custos e despesas praticada pela companhia no período em questão.

Como fator negativo nos primeiros três meses deste ano, o executivo citou a queda no faturamento com exportações, em comparação com os trimestres anteriores. O resultado operacional do período acabou sendo prejudicado pela alta variação cambial para exportações, que representam metade do faturamento da empresa.

Suzano - www.suzano.com.br

Tel.: (11) 0800-555-100

Conselho de Administração da International Paper visita o Brasil

De 9 a 11 de maio, o Brasil recebeu pela primeira vez o Conselho de Administração da International Paper (IP). A visita teve como principal objetivo aprofundar o conhecimento do "board", como é conhecido o conselho mundial da IP, sobre as oportunidades de negócios no país, analisar o potencial brasileiro em atrair investimentos, além de conhecer as operações da companhia, sua estrutura física, recursos florestais e humanos. Em 108 anos de existência da empresa, essa foi a terceira vez em que o board se reuniu fora dos Estados Unidos.

Durante a visita, o grupo também aproveitou para estudar a possibilidade de expansão da empresa com a instalação de uma nova fábrica em Três Lagoas (MS). Segundo o CEO e chairman da IP, John Faraci, o momento é oportuno para a expansão dos investimentos no Brasil. "Estamos aqui há 46 anos e agora a economia cria um ambiente de negócios favorável a investimentos, com a inflação controlada e instituições democráticas fortes e estabelecidas". Outro fator considerado uma vantagem brasileira é a facilidade para atingir outros mercados latino-americanos. "Temos conhecimento sobre o país, seu mercado, sua boa localização, seu excelente solo e produtividade", completou Faraci.

Apesar dos aspectos menos atrativos que o país apresenta, como carga tributária, regulamentações, taxa cambial e necessidade de melhorias na infra-estrutura, a IP Brasil trabalha na criação de opções para investir em uma fábrica de celulose e papéis não revestidos em Três Lagoas. "Todos estão muito satisfeitos com a produtividade brasileira, mas um investimento desse porte precisa ser avaliado com muita cautela", declarou Maximo Pacheco, presidente executivo da IP do Brasil e vice-presidente sênior da International Paper.

International Paper - www.internationalpaper.com.br - Tel.: 0800-703-0070

Fonte: International Paper

A polêmica sobre a construção das fábricas em Fray Bentos

O Uruguai e a Argentina enfrentam uma questão polêmica referente à instalação de duas fábricas de celulose em Fray Bentos, às margens do rio Uruguai, em frente à cidade Argentina de Gualeguaychu. A Argentina alega que a implantação da finlandesa Botnia e da espanhola Ence pode trazer prejuízos ambientais ao país, enquanto o Uruguai apóia a construção das fábricas. Várias manifestações e protestos já foram feitos pela comunidade argentina contra a construção das fábricas. Acompanhe a opinião de alguns especialistas do setor

ALFREDO BEHRENS

Contaminar é uma forma de perder; desperdiçar também é. Países que não tiram proveito do sol, da água e da terra desperdiçam recursos divinos. A indústria de papel contribui significativamente com o esforço desenvolvimentista: suas árvores captam a luz do sol, aproveitam a chuva e fixam o carbono do ar na massa das árvores da qual tiramos a celulose que dá origem ao papel. Assim é que a indústria de papel gera empregos no interior dos países, não apenas nas costas oceânicas. E faz isto sem agravar o esquentamento do planeta.

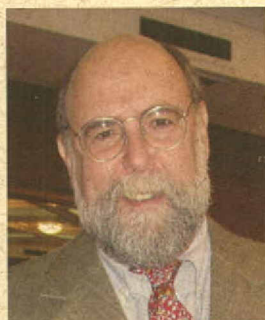
A Argentina convive com os resíduos de diversas fabricas de celulose mais poluidoras do que a que se instalará no Uruguai. O apoio político que ganhou a resistência Argentina à nova planta uruguaia é apenas circunstancial. Como o presidente Kirchner assumiu com apoio eleitoral hesitante, ele seria um presidente inclinado a polarizar interesses nacionais contra estrangeiros. Agora o Uruguai parece ser a bola da vez.

Mas a posição uruguaia também não é irrefutável. A localização da planta de celulose, rio acima, é no mínimo frívola. Além do mais, a planta autorizada lançará resíduos contaminados num rio comum. Inclusive, faltou ao novo e

inexperiente governo uruguaio reconhecer que a disputa com a Argentina só poderia piorar. O fato de o ministro de Relações Exteriores uruguaio não ser o melhor amigo do Presidente Vasquez, não tira deste a responsabilidade pela inação, embora a autorização para a instalação da fábrica tenha sido outorgada no governo anterior.

Como o Brasil deve aproveitar suas terras, suas chuvas e a parte do sol que lhe cabe para gerar empregos, o seu governo deveria ter sido mais firme na defesa dos seus interesses, fazendo com que o papel não fosse transformado no bandido do filme, como foi no impromptu da rainha do carnaval de Gualeguaychú na recente cúpula de Viena.

Infelizmente o governo do Brasil, por ter se omitido na renegociação da dívida externa argentina e por alguma torpeza ao denunciar um candidato uruguaio à Presidência da Organização Mundial do Comércio, não parece, aos olhos dos adversários platinos, ser um governo capaz de



Alfredo Behrens, diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios da ANAVE



João Felipe Carsalade, diretor Comercial da Aracruz



Antônio Gimenez, diretor de Marketing da International Paper

arbitrar de forma imparcial. A esta altura, provavelmente a melhor solução política seja mesmo técnica: contratar uma avaliação dos impactos ambientais na Argentina pelos quais o Uruguai se disponha a compensar ao longo da operação da fábrica de celulose.

JOÃO FELIPE CARSALADE

Acho que está se fazendo uma grande discussão sobre um assunto que, na minha opinião, não tem muito a ver. São empresas seríssimas, de altíssima competência, responsabilidade social, responsabilidade ambiental, e foram pegas no meio de uma disputa, eu acredito, muito mais política. A mim não cabe comentar problemas externos entre dois países. Agora, em relação à empresa e ao empreendimento, acho que

ficaria até desagradável para uma empresa de celulose criticar um investimento no setor. Acho que a questão ambiental não é um problema, existe tecnologia. Existe know how nesta área para fazer com que o projeto seja altamente não-impactante.

ANTÔNIO GIMENEZ

Eu acho que temos um componente político muito forte nesta questão. Junto com isso, acho que existem duas questões básicas que vão além da questão política. É quanto realmente existe de impacto ambiental. E quanto existe de impacto do ponto de vista social, da relação com a comunidade. Em relação ao impacto ambiental, quero crer que ambas as empresas são de primeiro nível, de nível mundial, com processos muito bem desenvolvidos, e hoje há saída técnica para que esses impactos ambientais sejam minimizados. Acredito que a questão ambiental não seja o ponto prejudicial, que cause um impacto negativo para a comunidade. Agora, falando no impacto social, provavelmente existiu muito pouco de preparação da instalação destas fábricas, muito pouco pré-trabalho de conquistar, de permitir o conhecimento das comunida-

des do que são essas fábricas, o que elas podem representar em termos de ganhos para ambos os lados e comunicar quais seriam os impactos positivos desses dois projetos. Esse trabalho talvez pudesse ter sido um pouco mais aprofundado e ter proporcionado menos problemas. As fábricas, em geral, têm impacto social, mas esse impacto tende a ser muito mais positivo em termos de

gerar empregos, de gerar atividade econômica, de trazer movimentação econômica nas cidades onde elas estão sendo instaladas. Os impactos negativos também existem. Nós acabamos de passar por audiências públicas para a construção de uma nova fábrica em Três Lagoas (MS), da International Paper, e felizmente a comunidade está muito receptiva. Foi um trabalho bem interessante e muito importante de comunicação junto a essas comunidades em que as audiências revelaram dúvidas sinceras, dúvidas importantes dos pontos de vista ambiental e social que foram plenamente esclarecidos e a comunidade está bastante receptiva em relação à chegada e implantação da nova fábrica.

A Asociación de Fabricantes de Papel (AFPAPEL), do Uruguai, e a Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCP), da Argentina, foram procuradas pela Redação da Revista ANAVE, mas não quiseram se manifestar.

Leon Feffer

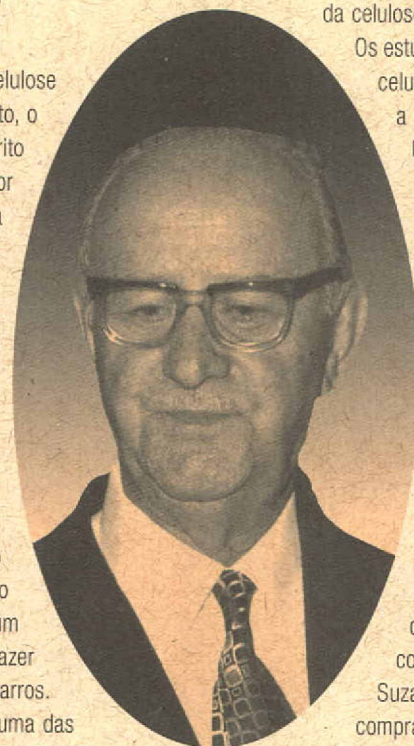
O pioneiro no desenvolvimento da celulose de eucalipto

O descobridor da fibra curta de eucalipto, que revolucionou a fabricação de papel no Brasil e no mundo, é visto até hoje como um grande empreendedor e um exemplo de vida a ser seguido

Líder mundial na produção de celulose de fibra curta a partir do eucalipto, o Brasil deve boa parte desse mérito ao empreendedor Leon Feffer, fundador da Suzano Papel e Celulose. A história desse audacioso imigrante ucraniano na indústria de papel e celulose brasileira começa em 1923, quando ele montou sua primeira empresa no país, com 21 anos de idade, a Leon Feffer. A atividade principal da empresa era comprar e vender papel de grandes firmas. A conquista de clientes e de crédito permitiu que o pequeno empreendimento de Feffer caminhasse em direção ao sucesso e ampliações, com a criação de uma loja para a venda a granel e, um pouco mais tarde, uma gráfica para fazer sacos, envelopes e embalagens de cigarros. Já em 1930, a Leon Feffer tornou-se uma das maiores fabricantes de envelopes do Brasil. Anos mais tarde, Feffer decidiu vender tudo o que tinha construído ao longo de 15 anos para montar uma fábrica de papel e, assim, deixar de depender de produtos importados. Em 1941, foi inaugurada a Indústria de Papel Leon Feffer e Cia, sediada no bairro do Ipiranga, em São Paulo. A 2ª Guerra Mundial estourou e a importação de celulose e matéria-prima para a fabricação de papel ficou comprometida. Pastas mecânicas e aparas de papel não eram suficientes para compensar a

redução de oferta de celulose importada, levando Leon Feffer a investir na pesquisa de novas matérias-primas. Com a ajuda de seu filho Max Feffer e do químico Benjamin Solitrenick, que trabalhou com os Feffers entre 1955 e 1988, Leon Feffer liderou, a partir de 1954, a pesquisa que mostrou a viabilidade de se produzir papel de alta qualidade a partir do uso de 100% da celulose de eucalipto, em substituição ao pinho.

Os estudos de desenvolvimento da fabricação de celulose de eucalipto foram realizados, com a coordenação de Feffer, no laboratório da Universidade da Flórida, em Gainesville, nos EUA. Uma equipe de técnicos qualificados realizou centenas de testes e ensaios de cozimento, lavagem e branqueamento que confirmaram os resultados obtidos nos laboratórios da Indústria de Papel Leon Feffer S.A.

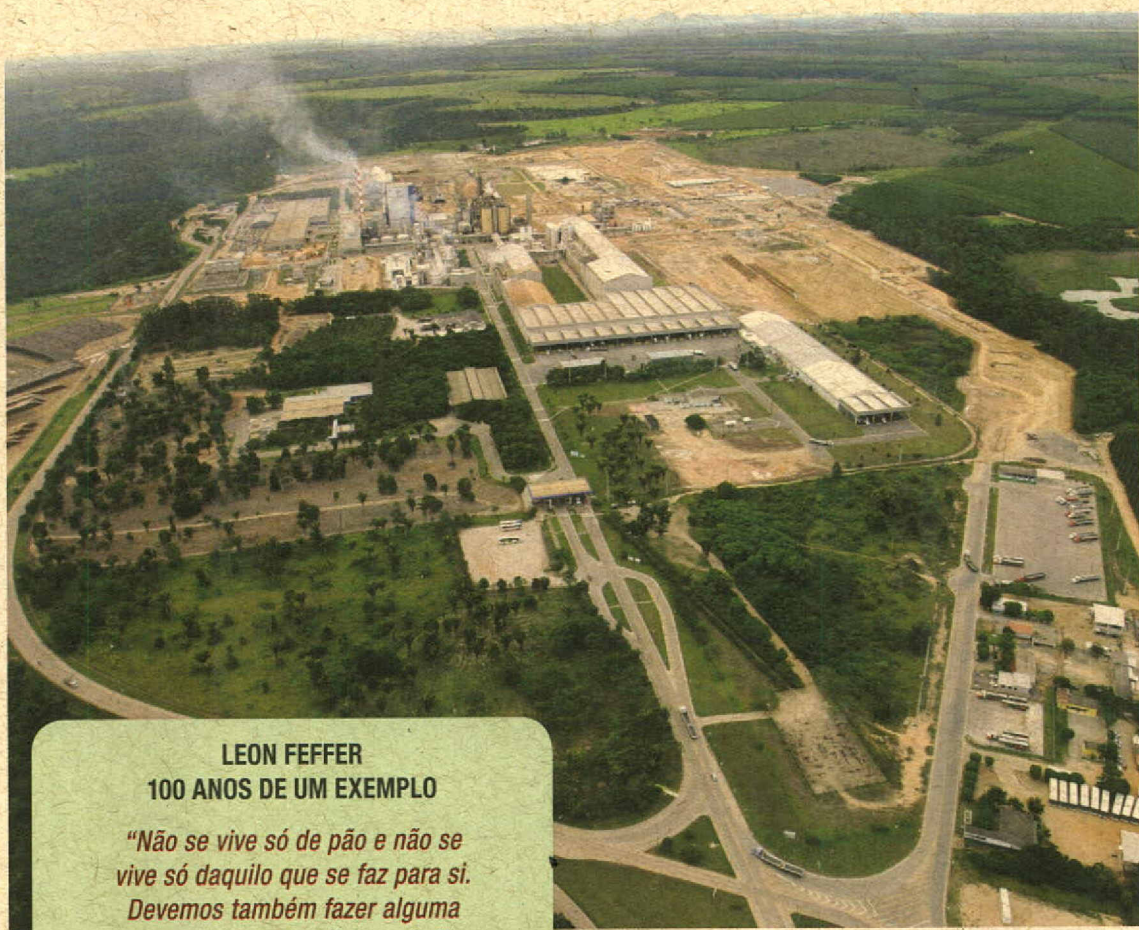


SURGIMENTO DA CIA SUZANO DE PAPEL E CELULOSE

Após estudos sobre a produção de papel com celulose de eucalipto, tornou-se necessária a construção de uma fábrica para produzir esta "celulose nacional", o que exigiria novos investimentos. Em 1957, com a sua empresa já tendo o nome de Cia Suzano de Papel e Celulose, em função da compra da Indústria de Papel Euclides Damiani, localizada em Suzano (SP), Feffer conseguiu demonstrar que a controvérsia discutida naquele período em relação à qualidade da celulose de eucalipto poderia ser reduzida com a adequação do tipo de papel que se pretendia fabricar. O papel fabricado a partir da celulose de eucalipto, de fibra curta, servia perfeitamente para quem desejasse imprimir e escrever e, portanto, em relação a esse objetivo, tinha sua qualidade atestada. A Suzano passou a produzir aproximadamente 120 toneladas diárias de celulose de eucalipto, diminuindo gradativamente a dependência do produto importado. A empresa passou a ser responsável pelo início da produção, no mundo, da celulose de eucalipto em larga escala, firmando seu pioneirismo na produção de papéis que utilizam 100% do uso desta fibra. Mesmo com todo esse sucesso, Leon Feffer deparou-se com um problema: os fabricantes brasileiros não se interessaram de imediato em experimentar o novo produto, que ameaçava superlotar os depósitos por falta de vendas.

Fábrica da Suzano em processo de construção em 1947





LEON FEFFER 100 ANOS DE UM EXEMPLO

"Não se vive só de pão e não se vive só daquilo que se faz para si. Devemos também fazer alguma coisa para os outros", Leon Feffer.

Nascido em 27 de novembro de 1902, na cidade de Rovno, Ucrânia, antiga União Soviética, Leon Feffer é considerado um exemplo de verdadeiro empreendedor. Aquele imigrante que chegou ao Brasil no início dos anos 20 mostrou que era, de fato, um visionário e que tinha muita capacidade de realização. Mas não se limitou a ser "apenas" um empresário competente. Foi muito além como pessoa e como líder de sua comunidade. Leon Feffer faleceu em fevereiro de 1999 e deixou um exemplo de vida, que continua sendo seguido por seus descendentes e admiradores.

Após quatro décadas ao lado do pai, Max Feffer assumiu a administração da empresa, quando deu início a um processo de reestruturação da Suzano, mas faleceu em 2000, aos 74 anos. Hoje a Suzano Holding é presidida por David Feffer, neto de Leon. Já a Suzano Papel e Celulose contou com mudanças em sua presidência. Antonio Maciel Neto assumiu o cargo de Murilo Passos.


A solução encontrada por Feffer foi consumir ele mesmo a celulose de eucalipto, não apenas na sua fábrica, mas também na indústria de Papel Rio Verde, estabelecimento que ele adquiriu com esse objetivo. Dessa maneira, Feffer inaugurou a tendência de ampliar alternadamente as instalações de papel e

Após 56 anos, a empresa conta com extenso complexo para a produção de papel e celulose

celulose. O aproveitamento do eucalipto em larga escala, algo que parecia pouco sensato há 50 anos, garantiu à empresa a auto-suficiência em sua principal matéria-prima. Mais do que isso, forneceu as bases para o desenvolvimento de um dos maiores grupos privados nacionais.

A SUZANO HOJE

A Suzano Papel e Celulose hoje é uma das maiores produtoras integradas de celulose e papel da América Latina. Sua capacidade de produção anual atinge aproximadamente 820 mil toneladas de papel de vários tipos e 1,1 milhão de toneladas de celulose de eucalipto. A matéria-prima vem das fazendas de eucaliptos da própria empresa, que somam 184,2 mil hectares de áreas plantadas, nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Espírito Santo e Maranhão. Quando adquiriu a Bahia Sul Celulose, com fábrica em Mucuri, na Bahia, a Suzano reforçou ainda mais sua atividade nessa área.

Recentemente a empresa foi convidada a integrar o Comitê Executivo do World Business Council for Sustainable Development, organização reconhecida como referência mundial em desenvolvimento sustentável, com sede em Genebra, na Suíça. A iniciativa reforça a consistência das iniciativas da empresa em relação às pessoas e ao meio ambiente, consolidando sua liderança perante os principais organismos internacionais. 

A beleza existe quando
há harmonia entre os seres.

Projeto Monitoramento da Fauna - As plantações florestais ampliam a área de vida de diversos animais, dentre eles, o macaco-prego.

5 de junho - Dia mundial do Meio Ambiente



Celulose Nipo-Brasileira S.A.



Limites, fronteiras, coordenadas: através do papel o mundo ganha formas que atravessam o tempo.

A Voith Paper está presente no seu dia-a-dia levando informação e conhecimento, há mais de um século.

Desde sua instalação no Brasil, a Voith Paper revolucionou o mercado oferecendo as mais modernas tecnologias existentes no mundo e permitindo a fabricação de papel de melhor qualidade.

Líder entre os maiores fabricantes de máquinas para produção de papel e celulose do mundo, confirma seu

compromisso com o crescimento e o sucesso do papel brasileiro no mercado global.

Hoje, 80% da produção de papéis gráficos e de celulose no Brasil são fabricados por máquinas Voith. Além disso, o certificado ISO 14001 também confirma sua atuação consciente, com base no respeito e na responsabilidade com o meio ambiente.

www.voith.com

Voith Paper

VOITH
Engineered reliability.