

REVISTA

ANO 25
EDIÇÃO 126

Dabra R\$ 11,95

editora

ISSN 0102-4329



anave

NEGÓCIOS E TECNOLOGIA EM CELULOSE, PAPEL E DERIVADOS

Especial

31º Fórum ANAVE

Mercado, política, economia e seus reflexos no setor

Entrevista

Presidente da Aracruz fala sobre os objetivos da empresa

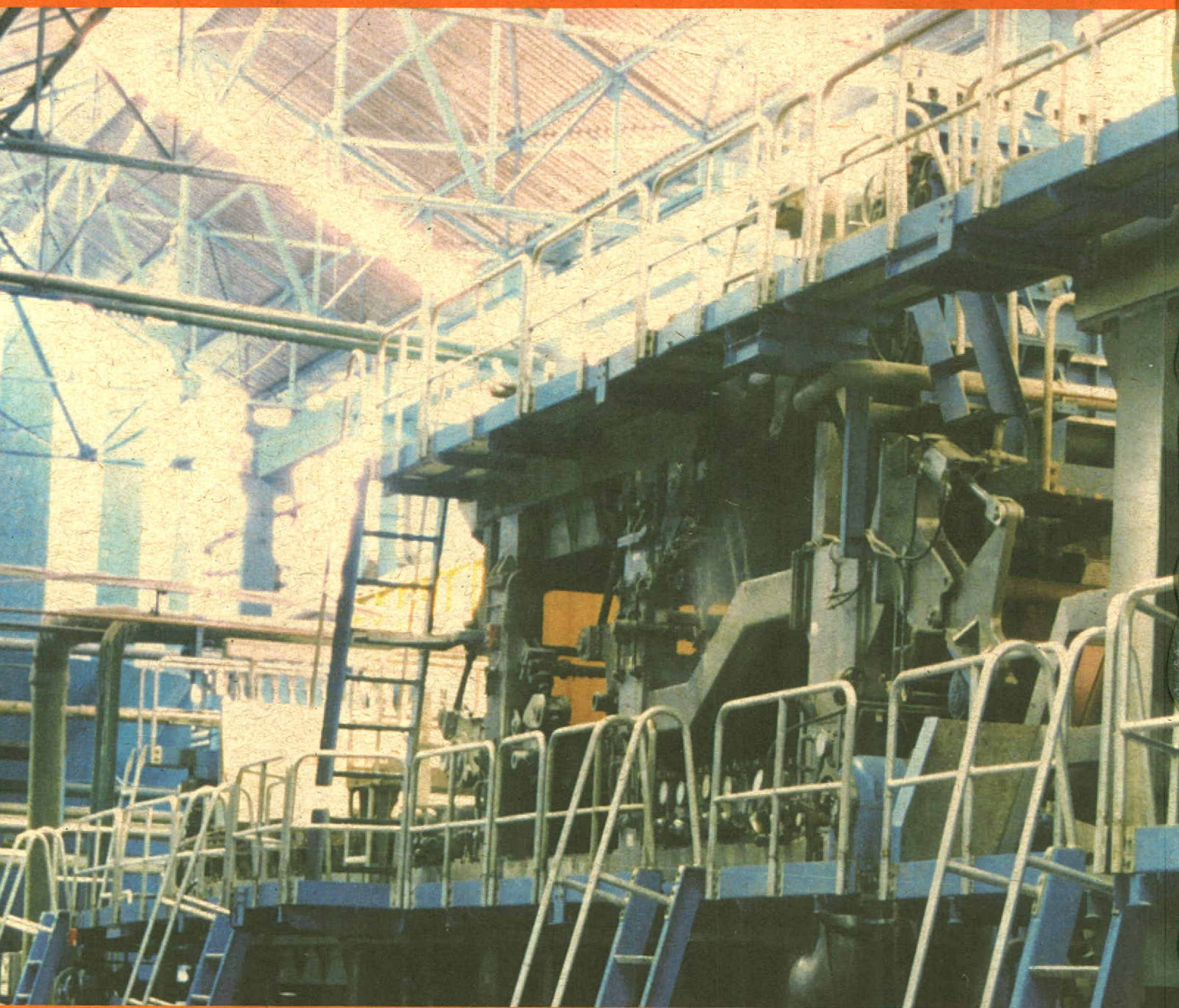
Fórum

Associações discutem o uso indevido de papel imune

Desenvolvimento & Inteligência

Clonagem de árvores e os benefícios que ela pode oferecer ao mercado

Sua produção nunca mais será a mesma

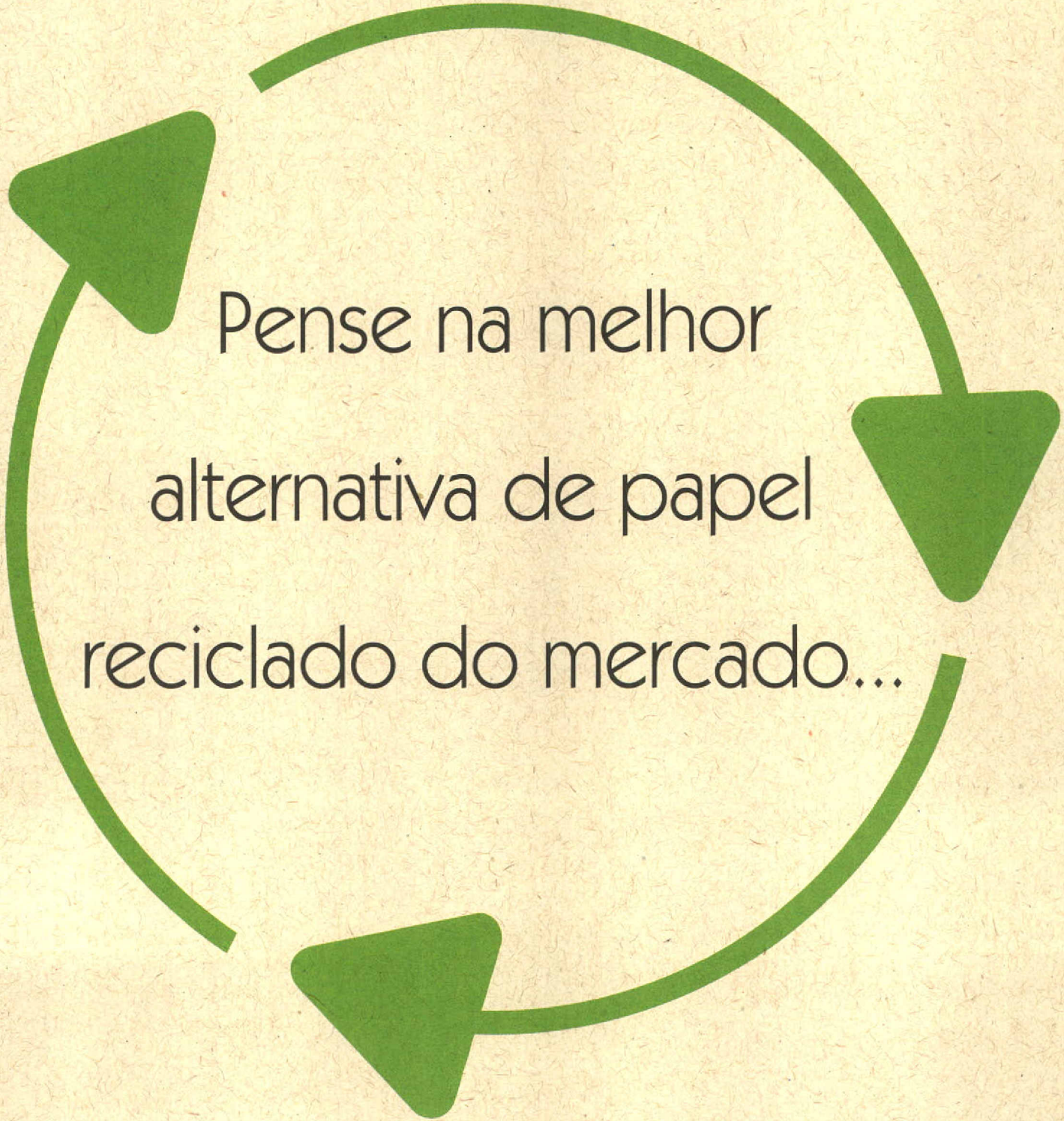


Modernização: Esta foi a principal razão que levou a ARTIVINCO a confiar a ampliação de seu parque fabril à CFF-FEDERAL e à TETRAPEL.

A CFF-FEDERAL fabricou todos os equipamentos necessários para a instalação de duas plantas completas para reciclagem de 250 t/dia de aparas do tipo OCC, além da reforma completa da MP1. Todo esse processo sob a supervisão técnica da TETRAPEL ENGENHARIA que foi responsável por toda a engenharia conceitual, de aplicação, instalação e montagem.

Além do salto de qualidade, a ARTIVINCO quase dobrou a capacidade de produção de sua MP1 que, de 120 t/dia, passou a produzir até 212 t/dia de papéis tipo Miolo, Testliner e WTL.

Modernidade, eficiência e produtividade. Isso é o que a CFF-FEDERAL e a TETRAPEL oferecem à sua empresa.



Pense na melhor
alternativa de papel
reciclado do mercado...



EcoMillennium

Nosso papel é preservar

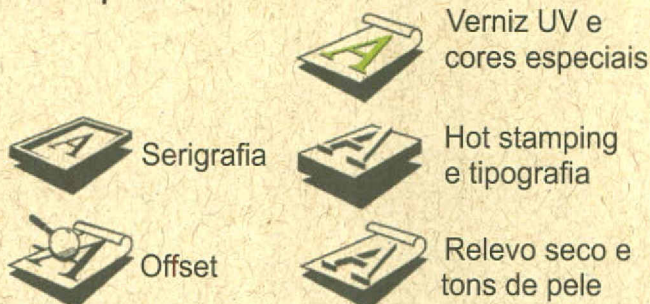
Uma alternativa em papel reciclado de qualidade e socialmente responsável



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 g/m ²	
	Especiais	Sob Consulta	
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



O papel EcoMillennium é ideal para:

Copiadoras . Impressoras Laser . Impressoras Inkjet . Fax e Multifuncionais



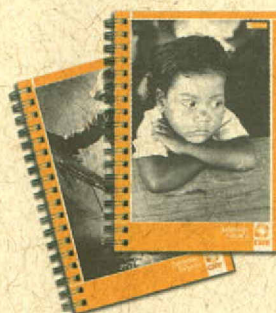
Cadernos e Agendas Greenpeace

O Greenpeace também aprova o EcoMillennium para imprimir o miolo de suas agendas e cadernos.



Agenda Natura

A Natura utiliza o EcoMillennium para sua linha de agendas.



CARE

A CARE, ONG de combate à fome também utiliza no miolo de seus cadernos o papel EcoMillennium.

TETRAPEL

Engenharia, Vendas e Serviços



ARTIVINCÓ EMBALAGENS MP 1:

Produção:..... 212 T/D @ 100% eficiência
Tipos de Papéis:..... Miolo, Testliner e WTL
Gramaturas:..... 105 a 200 g/m²
Velocidade Operacional Máxima:..... 500 ppm
Velocidade de Projeto:..... 550 ppm

Fábrica C



CFF-FEDERAL

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



Recepção
Amanda Regina
amanda@dabra.com.br



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



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



Editora Assistente e Jornalista responsável
Patrícia Paixão MTb 30.961
patricia@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



12

Entrevista

O presidente da Aracruz Celulose, Carlos Aguiar, expõe os objetivos da empresa a curto e longo prazo, as estratégias que ela tem adotado para se destacar no mercado brasileiro e internacional e a aposta que a companhia faz na comunicação

8

Anave em Ação

Vendedor do Ano: executivos premiados em diversos segmentos do setor papelero apontam as características do bom vendedor, na edição 2006 da homenagem



20

Especial

Fórum ANAVE: com cerca de 400 participantes, a edição 2006 do evento diferenciou-se por oferecer um diagnóstico do mercado papelero no Brasil e no mundo, suportado por uma análise de conjuntura política e econômica. Confira a cobertura completa!



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.

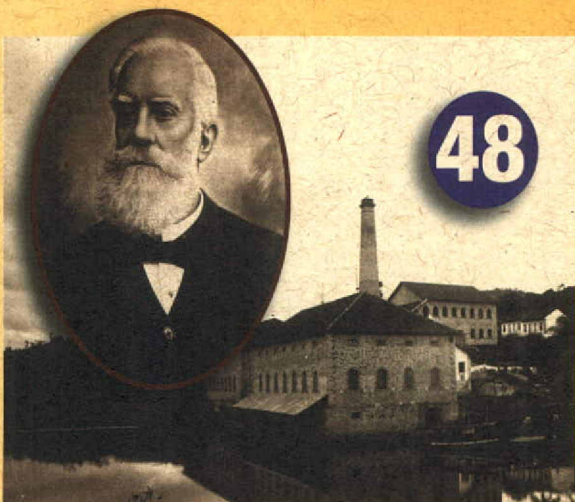


Foto na capa: Grupo Lwart

32

Desenvolvimento & Inteligência

Saiba como empresas e universidades têm trabalhado em busca da "árvore perfeita", nesta reportagem sobre os benefícios do planejamento genético de mudas



48

Papel na História

Acompanhe a trajetória do coronel Antônio Proost Rodovalho, fundador da Companhia Melhoramentos e um dos responsáveis pela produção de papel no Brasil em escala industrial

16

MERCADO

China: oportunidade ou ameaça? Conheça os diferenciais do mercado chinês de celulose e papel e saiba em que pontos ele pode ser interessante para o Brasil

28

STAKEHOLDERS

O relacionamento entre o setor papelero e o mercado de capitais: os benefícios e desafios das empresas que decidiram abrir o capital

36

FÓRUM

O desvio de papel imune em foco: especialistas de entidades reconhecidas dos setores papelero e gráfico debatem as distorções de mercado causadas pelo problema. Você confere ainda um estudo especial sobre o tema

42

ARTIGO TÉCNICO

Nesta segunda e última parte do artigo sobre o tema inter-relacionamento tinta-papel, o consultor Sérgio Rossi Filho prossegue na análise das propriedades de cada um desses dois elementos

46

FOCO

Lançamentos, análises e os principais acontecimentos do mercado

Ficha técnica

anave

www.anave.org.br

CtP, impressão e acabamento
Gráfica Tuicial - Cascavel PR



Capa: Ecomillennium 180 g/m²
Miolo: Ecomillennium 120 g/m²
Fornecidos 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

Diretor Tesoureiro
Richard Novak
richard@anave.org.br

Diretor de Esportes
Edemir Facetto
edemir@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

Reconhecimento merecido

O reconhecimento pelo bom desempenho no trabalho é uma das melhores sensações que um profissional pode sentir. Além de ser um estímulo para um comportamento ainda mais diferenciado no futuro, é um termômetro de que anos de dedicação, respeito e ética no relacionamento com colegas de trabalho, clientes e parceiros somaram resultados positivos.

A ANAVE se sente orgulhosa por ter presenciado, em 22/11, no prêmio "Vendedor do Ano", a alegria e emoção dos profissionais homenageados, de diferentes segmentos da indústria de celulose, papel e derivados. Nesta edição, trazemos a cobertura completa da premiação, que é a mais significativa de nossa associação, uma entidade dedicada aos profissionais do setor.

Muitos dos homenageados se surpreenderam com o fato de terem sido indicados ao prêmio, sentindo-se gratos por terem sido eleitos por renomados profissionais e executivos do setor. Para a ANAVE, a alta qualificação desses profissionais, que atuam numa das etapas mais importantes para a impulsão de nossas empresas no mercado interno e externo, não é nenhuma surpresa. A cada ano a escolha para cada uma das categorias do prêmio - papéis de imprimir e escrever, papéis de embalagens, transformador gráfico, transformador de papelão ondulado, exportadores e distribuidores - tem sido mais difícil. Nossa indústria é naturalmente premiada por excelentes profissionais que, além de nos proporcionar um diferencial em vendas, colocam o Brasil numa das primeiras posições do mundo, quando o assunto é competitividade internacional, gerenciamento de florestas e sustentabilidade ambiental e econômica.

Agradecemos a todos que colaboraram com a realização do prêmio, seja na logística e infra-estrutura como nas pesquisas para a escolha dos homenageados, e parabenizamos a todos os profissionais agraciados. Que em 2007 possamos, novamente, proporcionar esse reconhecimento a aqueles que têm tornado nossa indústria cada vez mais especial.

Outros assuntos marcantes estampam essa edição. Trazemos a cobertura completa do Fórum ANAVE 2006, realizado em 31 de agosto e 1º de setembro, em São Paulo. O Fórum se constituiu como um diagnóstico certo do atual mercado global de fibras, da indústria papeleira nacional e dos fatores conjunturais nos campos político e econômico que influenciam nosso setor. Uma reportagem imperdível.

O leitor também vai acompanhar uma matéria sobre o mercado chinês, tido como uma grande oportunidade para as empresas brasileiras de celulose e papel.

O relacionamento entre nossa indústria e o mercado de capitais, as pesquisas que têm sido feitas na genética e clonagem de plantas no campo acadêmico e nas empresas, o comércio eletrônico no setor e uma entrevista exclusiva com o presidente da Aracruz Celulose, Carlos Aguiar, são outros destaques desta edição.

Tenha uma ótima leitura!

Helder Kanamaru
Vice-Presidente



Papelcartão Klabin.

Para quem quer embalagens resistentes.
E irresistíveis.

O papelcartão Klabin tem a printabilidade e a rigidez necessárias para desenvolver embalagens atraentes e com alta resistência. Todas as fábricas de papelcartão da empresa possuem o Sistema Integrado de Gestão (ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001) e são certificadas pelo FSC (Forest Stewardship Council). Garantias de produtos de alta qualidade, desenvolvidos dentro dos mais rigorosos padrões de sustentabilidade, do manejo florestal ao produto final.

Patricia Paixão
e Vivian Pereira

Prêmio Vendedor do Ano



Executivos do setor papelero recebem homenagem da ANAVE pelo desempenho no setor de vendas em 2006

Elas atuam numa das etapas mais significativas para a projeção da indústria de celulose e papel no Brasil e no mundo e tiveram, em 22/11, um dia especial de homenagem, proporcionado, por mais um ano consecutivo, pela ANAVE. Oito profissionais de venda do setor foram agraciados, nesta data, na versão 2006 do prêmio "Vendedor do Ano", em cerimônia realizada na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp).

Seis segmentos representativos da indústria de celulose e papel brasileira foram considerados para a premiação dos profissionais: papéis de imprimir e escrever, papéis de embalagens, transformador gráfico, transformador de papelão ondulado, exportadores e distribuidores. No segmento de papéis de imprimir e escrever, Emerson Lima, executivo de Negócios da Votorantim Celulose e Papel (VCP), e Nilson Cardoso, gerente geral de Negócios da International Paper, empataram na indicação de melhor vendedor, com 15% dos votos. Na área de papéis de embalagens, o indicado foi Alexandre Trindade, agente de Negócios da Antilhas, com 28%. Na categoria transformador gráfico, Luiz Carlos

Burti, presidente da Gráficos Burti, foi eleito, com 32%. Como transformador de papelão ondulado, Patrick Nagem Nogueira, diretor comercial da Orsa, ficou à frente, com 74%. No segmento de exportadores, João Felipe Carsalade, diretor comercial da Aracruz, e Sérgio Almeida, diretor de Negócios de Celulose da VCP, foram indicados ao primeiro lugar, empatando com 23%. Finalmente, na categoria distribuidores, Fátima Gonçalves, coordenadora de Vendas da Vivox, foi a indicada, com 29% dos votos.

O presidente da ANAVE, Fernando Franzoni, destacou a importância do evento para a entidade. "O vendedor é essencial na atividade comercial em geral, por isso, hoje é a nossa festa maior".

Os vencedores foram presenteados com o troféu "Mico Leão Dourado" que, segundo Fernando Franzoni, simboliza a essência do bom vendedor: "agilidade, esperteza, persistência e vontade, permeadas pela simpatia, amizade e lealdade".



Troféu "Mico Leão Dourado", entregue aos vencedores



Após a cerimônia de entrega dos troféus, foi oferecido um jantar aos convidados do evento

EXPORTADORES

Sérgio Almeida, um dos vencedores no segmento exportadores, afirmou que sua indicação reflete um trabalho desenvolvido com empenho ao longo de muitos anos na empresa. "A celulose de mercado na VCP tem dez anos. Estruturei essa área em 1996. Saímos do zero, porque éramos uma empresa eminentemente produtora e vendedora de papel, para começarmos a produzir em pequena escala. Depois, colocamos a empresa no mapa mundial. Hoje já produzimos mais de 1 milhão de toneladas de celulose", justificou. Almeida atribuiu a homenagem também a estratégias inovadoras e à equipe envolvida na área: "sempre procuramos estar perto do cliente e diferenciar o relacionamento que temos com ele, com estratégias inovadoras. Esse prêmio também é fruto de um trabalho de equipe muito bem feito, um pessoal motivado e comprometido".

João Felipe Carsalade, outro vencedor na categoria, não pode estar presente no evento, por problemas de agenda. O diretor comercial da Aracruz foi representado por seu gerente de Comunicação Corporativa, Luiz Fernando



Sérgio Almeida, da VCP, um dos homenageados na categoria Exportadores

Brandão, que leu uma mensagem de Carsalade aos presentes: "o prêmio, muito mais do que um importante reconhecimento ao trabalho de uma pessoa, é uma homenagem ao esforço de uma equipe que, ao longo de muitos anos, vem construindo, através de um trabalho sério de relacionamento e construção de imagem, uma empresa competitiva, cidadã e comprometida com o seu próprio desenvolvimento, de seus funcionários e da indústria do setor no nosso país". Em sua mensagem, Carsalade aproveitou para homenagear o executivo Claes Hall, da em-



O gerente de Comunicação Corporativa da Aracruz, Luiz Fernando Brandão, que recebeu o prêmio em nome de João Felipe Carsalade, ao lado de Fernando Franzoni

presa, considerado um dos maiores expoentes do setor no mundo e que faleceu recentemente: "essa pessoa teve um papel fundamental no desenvolvimento da Aracruz, projetando a empresa no cenário internacional. Amigo e executivo de primeira linha, Claes Hall foi um marco na história da celulose no país e tem, para nós da Aracruz, um valor inestimável".

A entrega dos troféus, dessa categoria, foi feita pelo presidente da ANAVE.

IMPRIMIR E ESCREVER

"Saber que o mercado avaliou meu trabalho e me concedeu esse prêmio é algo muito espe-



Na categoria papéis de imprimir e escrever, Nilson Cardoso, da Internacional Paper, foi um dos premiados



Emerson Lima, da VCP, também foi homenageado na categoria papéis de imprimir e escrever e recebeu o prêmio das mãos de José Luciano Penido

cial nesse momento", afirmou Nilson Cardoso, referindo-se ao fato de ter sido transferido recentemente para a Internacional Paper, após 21 anos de carreira na Ripasa. Cardoso ainda agradeceu às pessoas que não votaram em seu nome para o segmento. "Agradeço por me darem a oportunidade de continuar persistindo e me esforçando para tentar conquistar a admiração de vocês", disse.

Emerson Lima transmitiu sua homenagem à equipe de profissionais da VCP que colaboraram com o bom desempenho do seu trabalho: "tive bons professores na empresa e tenho uma equipe que resolve os problemas, quando estou fora. É com conjunto de diversos fatores".

O presidente da VCP, José Luciano Penido, entregou os troféus aos vencedores dessa categoria.

TRANSFORMADOR DE PAPELÃO ONDULADO

Ao receber o troféu das mãos do diretor da Suzano, Carlos Pontinha, Patrick Nogueira ressaltou a emoção de receber um prêmio que já foi oferecido a profissionais importantes do segmento: "com grande emoção recebo essa homenagem de uma



Patrick Nogueira, da Orsa, recebeu o prêmio na categoria transformador de papelão ondulado das mãos de Carlos Pontinha

instituição tão reconhecida e com tanta tradição em nosso meio", complementou. Nogueira fez questão de agradecer à sua equipe que, segundo ele, "é responsável pela conquista do prêmio".

EMBALAGENS

"É uma honra receber esse prêmio, o primeiro da minha carreira na área de vendas, onde comecei há sete anos", afirmou Alexandre Trindade. O agente de negócios da Antilhas creditou o reconhecimento a toda estrutura existente na empresa em que trabalha: "o desenvolvimento



Na categoria papéis de embalagens, o troféu foi entregue pelo diretor executivo da ANAVE, Jahir de Castro, a Alexandre Trindade, da Antilhas. O avanço tecnológico tem colocado a empresa em posição de destaque no segmento de embalagem".

Trindade recebeu o troféu "Mico Leão Dourado" das mãos do diretor executivo da ANAVE, Jahir de Castro.

TRANSFORMADOR GRÁFICO

Luiz Carlos Burti se disse surpreso por ter sido premiado como vendedor, ao receber o prêmio das mãos do presidente do Conselho Superior da ANAVE, Pascoal Spera: "foi uma surpresa ser lembrado agora, na fase da minha aposentadoria. Mas ainda me sinto um vendedor".



Luiz Carlos Burti, homenageado na categoria transformador gráfico, recebeu o troféu das mãos de Pascoal Spera.

O presidente da Burti destacou o pioneirismo da empresa no mercado gráfico. Segundo ele, a credibilidade da companhia no mercado também contribuiu com sua premiação: "sempre procurei entender o cliente e saber do que ele precisava. Minha carreira sempre foi determinada por isso. Acho que esse reconhecimento é o mercado mostrando o que a Burti fez por ele".

DISTRIBUIDORES

"Considero esse prêmio o reconhecimento de um trabalho bem feito em campo", resumiu a única homenageada da noite, Fátima Gonçalves, ao



Valdir Premero entregou o prêmio a Fátima Gonçalves, da Vivox, vencedora na categoria distribuidores.

receber o prêmio do vice-presidente da ABTCP, Valdir Premero. Fátima, que recebeu o prêmio pela primeira vez, declarou que a profissão de vendas surgiu de forma inesperada em sua vida: "foi a profissão na qual me realizei desde o primeiro dia. Há dias em que volto para casa aborrecida, seja pelo não cumprimento de determinada meta ou por causa de um cliente mais rude. Mas gosto do desafio".

AS QUALIDADES DO BOM VENDEDOR NA VISÃO DE:

Sérgio Almeida, diretor de Negócios de Celulose da VCP:
"A primeira coisa é gostar de gente. É fundamental gostar de conversar e ouvir pessoas. O relacionamento é responsável por 95% das vendas. A venda é uma consequência do bom relacionamento"

Emerson Lima, executivo de Negócios da VCP:
"O primeiro fator é se importar com o negócio do cliente. É importante que você queira que ele tenha sucesso na operação dele. Outra coisa importante é a credibilidade. O que você falar para o cliente tem de ser cumprido"
"O primeiro princípio é a ética. Além disso, é preciso ter comprometimento com os clientes e criar uma relação de parceria com eles"

Luiz Fernando Brandão, gerente de Comunicação Corporativa da Aracruz:
"Entusiasmo, conhecimento da causa, visão de mundo e conhecimento de assuntos que vão além do setor, mas que, de alguma forma, fazem diferença na demanda pelo produto. O fundamental é o binômio entusiasmo e conhecimento"

Nilson Cardoso, gerente geral de Negócios da International Paper:
"O grande segredo é ouvir o cliente e realmente se importar com o que ele diz. Além disso, na medida do possível, é importante tentar responder ao anseio do cliente"

Fátima Gonçalves, coordenadora de Vendas da Vivox:
"É fundamental conhecer muito bem o produto com o qual você trabalha, além de gostar muito do que faz"

Luiz Carlos Burti, presidente da Gráficos Burti:
"Acho que a pessoa já nasce com esse dom. Com um faro e uma sensibilidade a mais. Há também um espírito de desafio e um pouco até de loucura. O caráter também é importante. Você jamais pode ser um mentiroso"

Alexandre Trindade, agente de Negócios da Antilhas:
"O primeiro princípio é a ética. Além disso, é preciso ter comprometimento com os clientes e criar uma relação de parceria com eles"

Patrick Nogueira, diretor comercial da Orsa:
"É preciso muita dedicação e compromisso com a empresa e com o produto que se está vendendo. É importante também ter bastante respeito pelas relações humanas, pois o relacionamento com o cliente é algo bastante delicado, que tem de ser tratado com atenção"



Desvio de papel imune em foco

As distorções nos mercados papelero e gráfico e os prejuízos para os fiscos estadual e federal

O desvio de papel imune (isento de impostos) de fins editoriais para comerciais constitui um dos principais fatores que têm provocado distorções no mercado papelero e gráfico. Distribuidores e gráficos sofrem as conseqüências de um ambiente competitivo desleal em que um número considerável de empresas, ilegalmente inscritas no registro especial da Secretaria da Receita Federal para papel imune, consegue incrementar suas vendas, com serviços e preços diferenciados, graças à isenção de impostos. Surpreendente é constatar que esse ato ilícito conta com anuência da Receita Federal. É o que expõe, de forma esclarecedora, um estudo elaborado pela Associação Nacional dos Distribuidores de Papel (Andipa), publicado na edição nº 12, de novembro, do NewsPaper, informativo setorial da entidade.

O levantamento mostra que pelo menos 68 dos 287 registros especiais emitidos pela Receita na categoria

“Distribuidor” pertencem a empresas dos segmentos gráficos e editorial. Destaca ainda a grande perda de receita para os fiscos federal e estadual, em função da evasão fiscal do papel imune. De acordo com o presidente da Andipa, Andrés Romero, o volume evadido apenas no estado de São Paulo, com a comercialização indevida, somente considerando os papéis offset e couché imunes, foi da ordem de R\$ 29 milhões para o período de janeiro a setembro de 2006. O cálculo foi apoiado na estatística declarada pela indústria gráfica de que apenas 24% do seu faturamento vêm do mercado editorial.

Neste espaço especialmente dedicado ao tema, você confere a íntegra deste estudo e a opinião de três diretores de entidades reconhecidas do setor papelero e gráfico: a própria Andipa, a Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa) e a Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf).

Gordinho
Braune

Samab

Papirus

Klabin

MD Papéis

VCP

Associe-se

Aracruz

Suzano

Resmapel

International
Paper

Av. Brig. Luiz Antônio - 1404 - CJ21A - Bela Vista
CEP: 01318-001 - São Paulo - SP Fone: (11) 3284-0998
www.anave.org.br

35
35 anos
anave

a florestas oriundas de sementes. Há informações de que, a partir de uma única gema de eucalipto, possam ser obtidos milhares de clones", defende.

PARCERIAS COMO ALTERNATIVA

Embora a aplicação de técnicas de melhoramento genético seja capaz de reduzir custos e permita o alcance da homogeneidade da produção, algumas empresas ainda se mostram resistentes quando o assunto é investimento em pesquisas e tecnologia. "Nem todas as empresas compartilham a estratégia de manter na retaguarda uma linha de pesquisa com visão de futuro e isso tem acontecido com a clonagem", observa Barreto. Segundo ele, o empecilho está no fato de algumas empresas se preocuparem com o imediatismo de suas ações. "O potencial do planejamento genético é incrivelmente grande, mas requer algum tempo até que um protocolo seja aperfeiçoado e estabelecido. Muitas empresas não querem assumir esse 'capital de risco' porque a pesquisa pode levar alguns anos".

Como uma saída para essa questão, o pesquisador cita as parcerias entre empresas e universidades ou institutos de pesquisa. "Por meio de convênios, é possível desenvolver técnicas de clonagem de eucalipto que possam beneficiar tanto as empresas quanto os pesquisadores".

Na opinião do professor Labate, da ESALQ/USP, as parcerias universidade-empresa também representam uma alternativa importante para o setor. "As universidades e os institutos de pesquisa concentram a maioria dos pesquisadores atualmente, portanto, o conhecimento de ponta está nestes locais". Ele alerta, no entanto, para a necessidade de mudança da mentalidade das empresas para que invistam na contratação de pesquisadores e na construção de laboratórios próprios. "Enquanto isso não acontece, as parcerias representam uma alternativa significativa para que as empresas desenvolvam inovação e incorporem a seus produtos", conclui.

BIORREATOR – UMA OPÇÃO PARA CLONAGEM DE MUDAS

Uma das técnicas disponibilizadas recentemente para a clonagem de mudas de plantas é a do biorreator. A Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia, unidade da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, possui registro de solicitação de patente em dois tipos de biorreatores.

De acordo com o pesquisador da área de Cultura de Tecidos Vegetais da entidade, Luís Pedro Barreto, o sistema é capaz de produzir e multiplicar mudas de plantas com mais higiene, segurança e economia. "O biorreator é um sistema fechado, no qual os explantes (gemmas ou embriões somáticos) se nutrem num meio líquido de forma permanente ou temporária e periódica. Como são condições controladas, a multiplicação dispara, diminuindo o tempo de obtenção de mudas, o que reduz custos de manutenção", explica Barreto. Segundo ele, em relação ao meio sólido, o meio líquido permite melhor interação entre o tecido e os nutrientes presentes no meio, fazendo com que a velocidade de multiplicação seja maior.

O biorreator funciona a partir de um conjunto de frascos interligados por tubos de borracha flexível, pelos quais as plantas recebem ar e solução nutritiva por aspersão ou borbulhamento. "O equipamento contém as mudas produzidas a partir de células, tecidos ou órgãos, num sistema semi-automático, com monitoramento e controle das condições de cultivo, além de uma mínima manipulação do material", explica Barreto. Segundo ele, além de acelerar o processo de multiplicação de plantas, o equipamento apresenta outras vantagens em relação aos métodos tradicionais de produção de mudas. "As principais vantagens são: adaptabilidade a diversas espécies vegetais, uniformização da produção, simplicidade de montagem, geração de produtos isentos de pragas e doenças e redução do custo total por unidade produzida".

Barreto explica que a tecnologia do biorreator é uma modalidade da cultura de tecidos de plantas *in vitro* para micropropagar plantas a escala comercial e reduzir custos. "Em algumas plantas mais do que em outras, a prática tem dado bons resultados. Tem sido assim com abacaxi, banana, batata, café e cana. Em outras lenhosas, por exemplo, os resultados têm sido positivos, mas ainda experimentais, como em algumas coníferas, fruteiras (pêssego e macieira) e eucalipto".

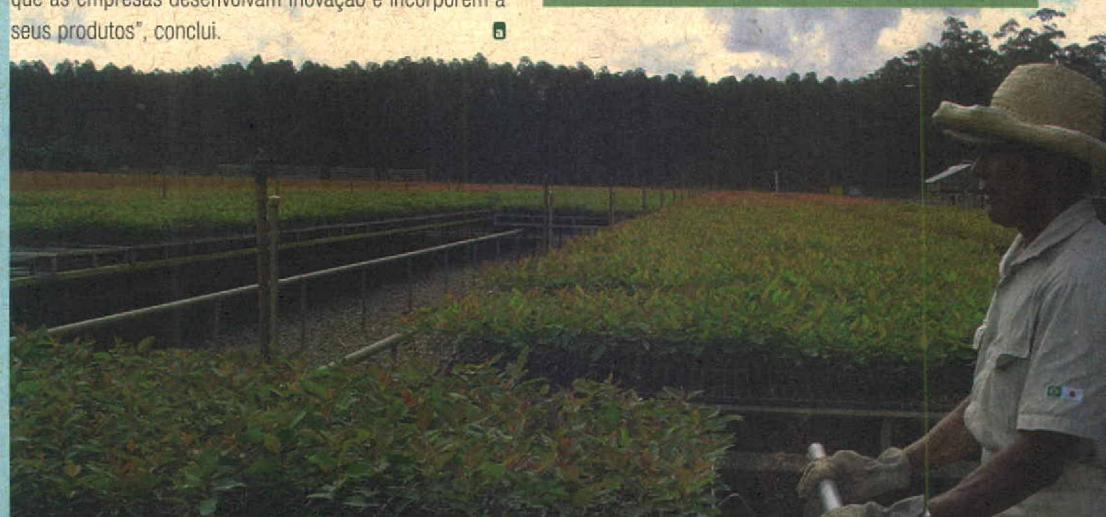
Ainda de acordo com o pesquisador, os biorreatores variam quanto ao desenho, tamanho e materiais de construção. "É importante, no entanto, que estes materiais sejam autoclaváveis para poderem ser esterilizados, uma pré-condição fundamental da cultura de tecidos", completa.



Foto: Cenibra

As técnicas de melhoramento genético permitem a alteração da composição das árvores para que seja alcançado o melhor resultado final

Foto: Cenibra



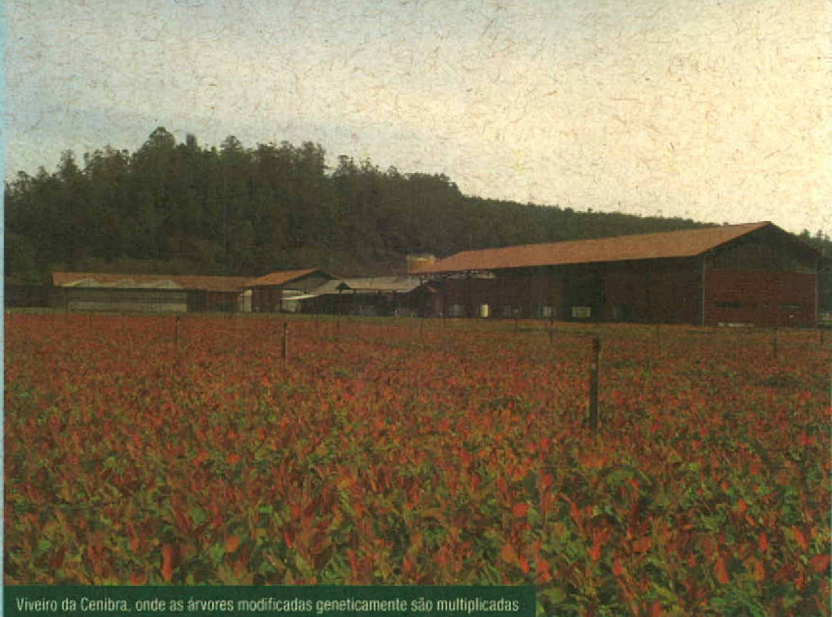
Além de resultar num produto final de qualidade, o planejamento genético contribui para a redução de custos produtivos

pelas empresas de papel e celulose, que estabeleceram os programas de melhoramento genético e clonagem do eucalipto. Em 30 anos, o Brasil passou de uma produtividade média de madeira de 20 m³/ha/ano para até 60 m³/ha/ano, o que tornou o país um exemplo de desenvolvimento da silvicultura", complementa.

A Celulose Nipo-Brasileira (Cenibra), por exemplo, que conta com 125 mil hectares de florestas e produz mais de mil toneladas de celulose por ano, apostou no melhoramento genético de suas árvores para garantir o grande volume de madeira necessário. "Todos os anos, analisamos árvores híbridas oriundas de 40 mil cruzamentos, que dão origem a árvores melhores. A árvore selecionada dá origem a uma matriz que, juntamente com outras nove matrizes selecionadas anteriormente, é multiplicada no viveiro florestal e plantada em larga escala", conta o superintendente florestal da Cenibra, Germano Aguiar Vieira.

Além dos benefícios já conhecidos, Vieira cita outra vantagem do melhoramento genético: "com a clonagem, é possível utilizar menos produtos químicos durante o processo de branqueamento, por exemplo. Dessa forma, alcançamos o melhor resultado final". Ele ressalta ainda o fato da escolha da muda melhorar a performance da fábrica. "Geralmente, uma árvore apresenta 50% de celulose. Com o planejamento genético, esse percentual pode passar para 55%. Dessa forma, reduzimos custos e melhoramos o processo fabril. A lignina – parte dura da árvore – é um componente que precisa ser extraído para retirar a celulose. Com o planejamento, conseguimos trabalhar para que a quantidade de lignina diminuísse nas árvores", acrescenta.

O gerente florestal da Lwarcel Celulose e Papel, integrante do Grupo Lwart, Luis Antônio Künzel, também acredita no planejamento genético como etapa fundamental da produção e destaca os resultados obtidos após



Viveiro da Cenibra, onde as árvores modificadas geneticamente são multiplicadas

Foto: Cenibra

a implantação da técnica. "Todas as nossas mudas são produzidas por clonagem, o que garante a homogeneidade da produção. Há cerca de dez anos, isso não acontecia. As árvores eram plantadas em forma de sementes, o que gerava resultados heterogêneos".

Os empresários reforçam ainda a importância do investimento na técnica que demanda anos de estudos e preparo. "Embora os investimentos nessa área sejam elevados, o desenvolvimento é contínuo. Trabalhamos em conjunto com o departamento de pesquisa, que nos auxilia desde a análise do solo até o plantio correto", observa Vieira. Künzel concorda: "não há como alcançar um bom resultado industrial sem realizar a seleção do material genético. É um processo longo e contínuo, que começa anos antes do plantio e envolve muita pesquisa".

Para o pesquisador da área de Cultura de Tecidos Vegetais da Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia, unidade da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Luis Pedro Barreto, qualquer investimento que tenha como objetivo a obtenção de plantas uniformes e de alta produtividade deve ser levado em consideração. "Os programas de melhoramento florestal devem ser algo fundamental a qualquer empresa dedicada ao segmento de celulose e papel. No Brasil, existem provas de que esta técnica é muito mais eficiente em termos de produção volumétrica em comparação



Na Lwarcel, todas as mudas são produzidas por clonagem, garantindo a homogeneidade da produção

Foto: Lwarcel

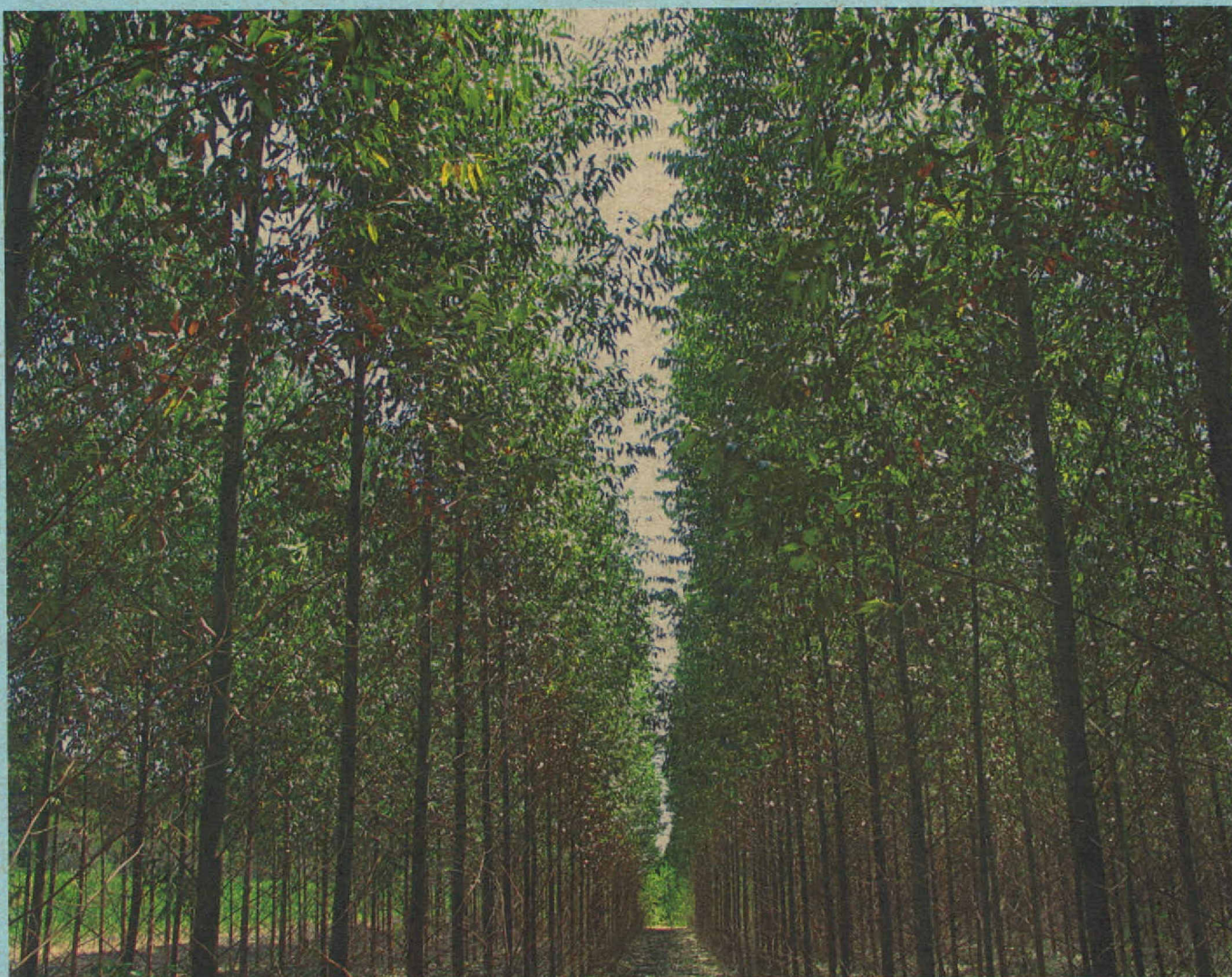


Foto: Iwarcel

Em busca da árvore perfeita

Adotado por grande parte das empresas de celulose e papel, o melhoramento genético de mudas resulta em aumento e homogeneidade da produção

Clonar para produzir mais e melhor. Este é o princípio que tem feito com que as principais empresas de celulose e papel alcancem a homogeneidade da produção e, por consequência, o aumento da rentabilidade. Há alguns anos, a clonagem de plantas tem representado uma alternativa para acelerar a produção, reduzindo significativamente os custos com mão-de-obra.

"O melhoramento (ou planejamento) genético do eucalipto, que consiste na seleção de árvores que apresentem as melhores qualidades, representa para as empresas de celulose e papel um ganho extraordinário em termos de produtividade", destaca o professor associado do departamento de Genética da Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz" da Universidade de São Paulo (ESALQ/USP), Carlos Alberto Labate. Ele explica

que o planejamento genético tem como foco principal a seleção de árvores com melhor adaptação na região onde a floresta da empresa está localizada, além da melhor qualidade de madeira. "A qualidade da madeira em termos de quantidade de celulose, lignina e extratos é um dos parâmetros utilizados para a seleção das árvores. Outras características como resistência a doenças e aos estresses ambientais, baixa temperatura, excesso de luz e deficiência hídrica também são consideradas na seleção das árvores".

Segundo Labate, os primeiros programas de melhoramento genético de populações de eucalipto tiveram início no final dos anos 60, mas ganharam força na década de 1980, para atender à demanda por madeira com melhor qualidade, maior produtividade e resistência. "Esse trabalho vem sendo conduzido, principalmente,



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 Jacareí/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



e de Relações com Investidores, Bernardo Szpigel, adianta que a Suzano pretende aumentar o número de ações emitidas. "Temos tido avanços importantes de 2001 até aqui, mas ainda há muita coisa para fazer. Continuaremos buscando o aumento do número de ações disponíveis para a comercialização e a liquidez dessas ações no mercado. Nesse sentido, a operação que fizemos com a Ripasa, com a migração dos acionistas minoritários desta empresa para a base da Suzano, aumentará o número de ações que temos disponível e o número de acionistas".

Sérgio Ribas, da Celulose Irani, afirma que a captação de recursos a longo prazo para os projetos de expansão da empresa é um dos principais fatores que motivam a participação da companhia no mercado de capitais. "O mercado pode facilitar seu projeto de crescimento, desde que a empresa consiga demonstrar que sua estratégia faz sentido".

Além do financiamento do crescimento via captação de recursos, Szpigel destaca que a participação do mercado de capitais proporciona às empresas uma importante avaliação do seu desempenho. "Quando você tem o foco no mercado de capitais, você ganha uma maneira eficiente de avaliação da sua empresa em relação a outras. É o próprio investidor que vai dizer se sua empresa está indo bem ou não, se sua ação está ou não valorizada perante as dos concorrentes".

Ribas avaliza a opinião do diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Suzano: "a empresa de capital aberto está sujeita a uma auditoria do mercado. O tempo todo ela é avaliada pelos investidores e esse retorno é fundamental para traçar planos e corrigir rumos".

CUSTOS E EXIGÊNCIAS DA CVM

O ingresso no mercado de capitais, no entanto, ainda não é palpável para todos os portes de empresa. Os custos para manter o capital aberto não podem, muitas vezes, ser cumpridos por empresas de médio e pequeno porte.

Para o presidente da Abamec, quando a empresa toma a decisão de abrir o seu capital, esses custos já devem ter sido previstos. "Obviamente que abrir o capital incorrerá em gastos.

A empresa precisará, por exemplo, montar uma área de Relações com Investidores. Esse gasto, normalmente, é previsto pela empresa, no momento em que ela toma a decisão".

As exigências da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) em relação à qualidade de crédito também dificultam a abertura do capital para muitas empresas. Lyra ressalta, no entanto, que as regras impostas pela CVM precisam ser rígidas justamente para dar a segurança almejada pelos investidores. "Se não fosse assim, as empresas poderiam se dar ao luxo de fazerem o que bem entendessem, fechando o capital abruptamente, sem se importar com os investidores minoritários".

Ele destaca que a Bovespa já conta hoje com um segmento voltado especialmente para receber empresas de menor porte que pretendem abrir o seu capital, o "Bovespa Mais". Nesse segmento, as exigências da CVM são mais amenas, adequadas ao porte dessas empresas.

PARTICIPAÇÃO DO SETOR NA BOVESPA

De janeiro a junho de 2006, as oito empresas do setor de celulose e papel participantes da Bovespa – Aracruz, Celulose Irani, Klabin, Melhor SP, Melpaper, Ripasa, Suzano e VCP - tiveram a segunda maior lucratividade no mercado de capitais. A indústria papelreira apresentou uma lucratividade de 58,6%, perdendo apenas para o setor de energia elétrica, com 61,4%. Em seguida vieram os setores de transporte, máquinas e equipamentos, siderurgia, entre outros.

Ao todo, foram fechados 105.795 negócios, que movimentaram mais de R\$ 2,5 bilhões. Foi um crescimento significativo em relação ao mesmo período de 2005, quando o setor apresentou um desempenho negativo de 14%.

O presidente da Abamec vê a indústria de celulose e papel como um dos atores de peso deste mercado. "As empresas desse setor têm uma participação marcante no mercado de capitais. A Aracruz, por exemplo, é um caso notório. A companhia tem títulos negociados até mesmo na Bolsa de Valores de Nova Iorque".

Lyra acredita que o mercado de capitais brasileiro irá crescer nos próximos anos. "Nos

CUSTOS PARA A ABERTURA DO CAPITAL

Para atender às exigências legais da CVM, a empresa terá de arcar com:

- Taxa de registro da emissão na CVM calculada em função do volume;
- Serviços de assessoria jurídica;
- Gastos com o prospecto de lançamento e com a divulgação da operação aos atuais acionistas e investidores potenciais;
- Custo de intermediação financeira, com a remuneração dos trabalhos de coordenação, eventual garantia e distribuição (a lei exige que a abertura de capital seja feita por meio de um intermediário financeiro – corretora de valores, banco múltiplo, banco de investimento ou distribuidora – que exerce o papel de coordenador da operação);
- Contratação de uma auditoria externa;
- Adaptação do estatuto à nova condição da sociedade, em atendimento às exigências legais específicas, entre elas a constituição do Conselho de Administração, a criação do cargo de Diretor de Relações com Investidores, espécies de ações, suas preferências e vantagens e outros itens que se fizerem necessários;
- Obter o registro da companhia na Bolsa de Valores.

CUSTOS PARA MANTER A COMPANHIA ABERTA

Para manter a companhia aberta, a empresa terá de arcar, entre outros custos, com:

- Taxa trimestral de fiscalização da CVM;
- Pagamento de anuidade à Bolsa de Valores;
- Divulgação trimestral de informações financeiras;
- Publicação de balanços anuais e comunicados de fatos relevantes;
- Auditoria externa;
- Consultoria jurídica;
- Manutenção de um departamento de acionistas;
- Área de contabilidade ampliada e especializada para atender às exigências da CVM.

Fonte: Portal Jus Navigandi (Apontamentos da advogada especialista em direito societário, Mariângela Monezi)

últimos três anos ocorreram várias aberturas de capital e acredito que o mercado brasileiro deve crescer ainda mais, se for mantida a tendência de queda dos juros, que leva a crer que a busca da rentabilidade vai se dar em aplicações em ações". A probabilidade de crescimento do PIB nacional é outro fator que, segundo Lyra, propiciará o crescimento do mercado de capitais nacional. ■

nalmente o "controle familiar" é característico nas grandes empresas. Os sócios majoritários normalmente têm receio em oferecer ações para pessoas que não são da família por considerarem que correm o risco de perder o controle sobre a companhia.

Para o presidente da Abamec, o fato de a empresa possuir controle familiar não a impede de obter uma gestão profissional. "É plenamente possível mesclar profissionais experientes do mercado com membros da família. É, aliás, o que ocorre no Itaú, que conta com executivos de fora entre membros da família Setubal".

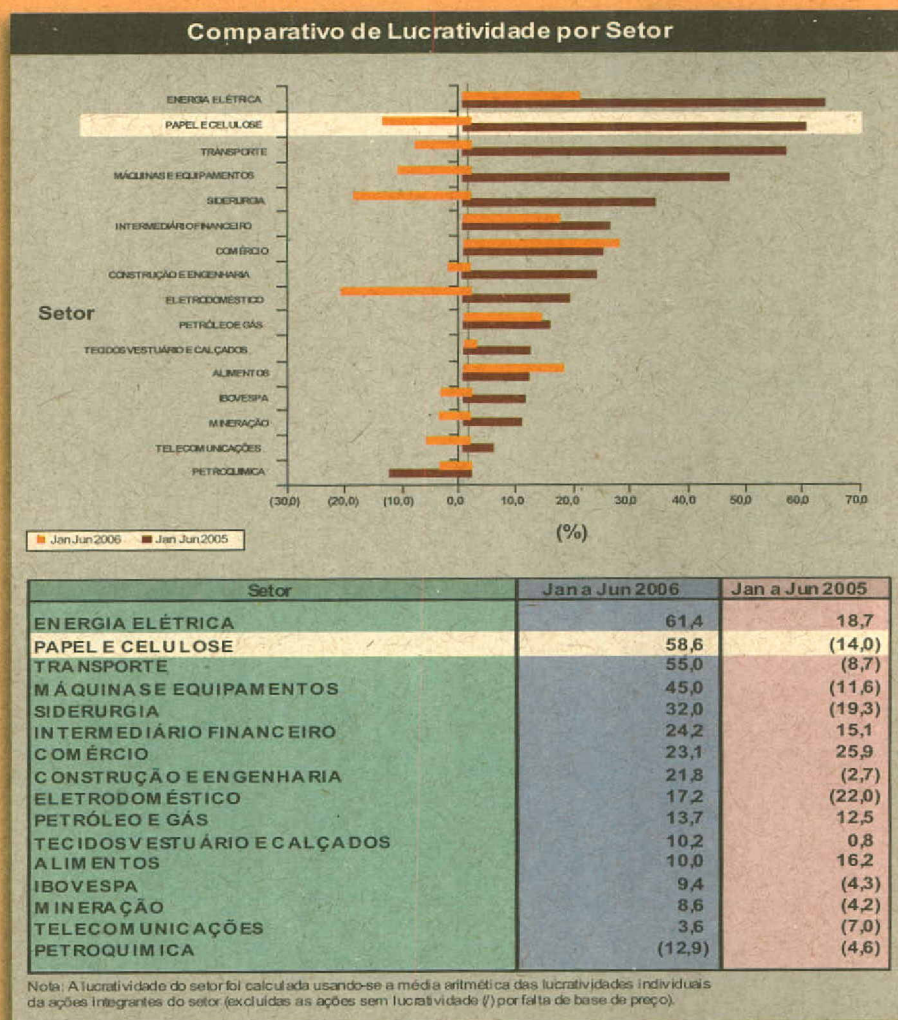
Com relação à governança corporativa, "as boas práticas" recomendadas pelo mercado e exigidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) – órgão vinculado ao Ministério da Fazenda, que tem a responsabilidade de disciplinar, fiscalizar e promover o mercado de valores mobiliados - referem-se à transparência nas transações financeiras realizadas, ao acesso à informação e à igualdade de tratamento para todos os interessados nas ações da empresa.

Somente com a disponibilidade de informações de forma rápida e clara os públicos interessados nas ações da companhia se sentirão protegidos para investir. "Daí a importância de a empresa promover reuniões constantes com investidores e divulgar seus resultados trimestralmente", ressalta o presidente da Abamec.

Nesse quesito, algumas das principais empresas da indústria de celulose e papel estão muito bem avaliadas. Aracruz, VCP, Klabin e Suzano fazem parte do Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores do Estado de São Paulo (Bovespa), classificação que lista ações de empresas que são comprometidas com as regras básicas de transparência: melhoria nas informações prestadas trimestralmente, divulgação de acordos de acionistas, programas de opção de compra de ações, contratos com partes relacionadas e disponibilização de um calendário anual de eventos corporativos.

O presidente da Bracelpa destaca ainda o tratamento positivo que as empresas do setor dispensam ao acionista minoritário. "O respeito que nossas empresas têm pelos acionistas minoritários é incrível. Eles participam das reuniões, têm suas reivindicações atentamente ouvidas e normalmente são bastante engajados. Acredito que nossas companhias ainda darão muita alegria para os minoritários".

Além da gestão profissional e de boas práticas de governança corporativa, uma condição



importante para que a empresa tenha uma boa participação no mercado de capitais é que ela conte com uma diretoria de Relações com Investidores bem estruturada, que transite por todos os níveis da companhia e leve as melhores informações ao mercado. "O diretor financeiro pode até acumular a função de diretor de Relações com Investidores, mas é preciso que a empresa tenha essa diretoria estruturada para interagir com os seus públicos", alerta Lyra.

Para o diretor Comercial e de Marketing e de Relações com Investidores da Celulose Irani, Sérgio Ribas, manter a empresa atrativa para os investidores é outro desafio crucial para os que ingressam nesse mercado. "É preciso mostrar que os caminhos que a empresa está traçando garantem sustentabilidade a longo prazo. A empresa tem de estar o tempo todo demonstrando consistência nas suas decisões".

CAPTAÇÃO DE RECURSOS E AUDITAGEM

A possibilidade de reaver um capital investido, por meio da venda de algumas ações a outras

empresas, é apenas um dos benefícios que uma companhia pode ter ao participar do mercado de capitais. A empresa participante pode ainda captar recursos, a um custo vantajoso, para o investimento na sua capacidade produtiva, compra de novas máquinas, aumento do parque fabril e construção de novas plantas, como parte de planos de expansão.

Para o presidente da Suzano, Antonio Maciel, esta é uma forma "moderna" de se financiar o investimento e, por isso, terá bastante atenção da companhia nos próximos anos. "A Suzano é hoje um importante player do mercado de capitais, mas não temos muita liquidez nas nossas ações. Há muitos investidores institucionais com elas. Pretendemos dar uma ênfase maior nisso. Temos muita oportunidade de crescimento pela frente, inclusive no campo internacional, e vamos precisar financiar esse crescimento. Uma maneira moderna de se fazer isso é por meio do mercado de capitais", justifica.

Na linha de enfatizar a participação da empresa do mercado de capitais, o diretor Financeiro

Patrícia Paixão



O setor papeleiro e o mercado de capitais

Captação de recursos para investimentos e avaliação constante do desempenho da empresa são os principais benefícios para os que mantêm o capital aberto

Fonte inestimável para a captação de recursos de longo prazo a custos vantajosos, o mercado de capitais conquistou os principais players brasileiros do setor de celulose e papel. Votorantim Celulose e Papel (VCP), Aracruz, Klabin, Suzano e Celulose Irani são apenas algumas das empresas que participam ativamente deste mercado, não só alavancando recursos, mas retomando valores investidos, com a venda de ações.

"O desempenho de nossas empresas no mercado de capitais tem sido muito bom. Temos feito lançamentos de grande porte e sentimos que o mercado tem aceitado bem ser financiador do crescimento delas", ressalta o presidente da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), Horário Lafer Piva.

Para Piva, as empresas do setor também têm se destacado por boas práticas de governança

corporativa, com transparência nas decisões financeiras, e por apresentarem uma gestão profissional. Esses fatores colaborariam com um reconhecimento por parte do mercado. "Existe uma leitura muito positiva do mercado em relação às empresas de celulose e papel".

Apresentar uma gestão profissional e ter boas práticas de governança corporativa são dois dos fundamentos principais para as empresas que desejam abrir o seu capital. "Esses objetivos precisam ser alcançados, pois passam segurança aos investidores, valorizando as ações da companhia", afirma o presidente da Associação Brasileira dos Analistas de Mercado de Capitais (Abamec), Edmilson Lyra.

A gestão profissional, simbolizada pela existência de um time de executivos com experiência de mercado na direção da empresa, representa um desafio ainda maior no Brasil, onde tradicio-



"Falta diálogo entre os três elos da cadeia produtiva: fornecedores de papel e celulose, fabricantes e gráficos", afirmou o engenheiro de Pesquisa e Desenvolvimento da Dow Látex, Ruy Cruz

PAINÉIS TÉCNICOS: APOSTA NA DIVERSIDADE DE TEMAS

Com o objetivo de apresentar temas variados do universo papelero aos participantes do 31º Fórum ANAVE, os painéis técnicos realizados durante o evento abordaram assuntos que foram da área de pesquisas genéticas à gráfica.

Um dos principais destaques dos painéis foram as palestras sobre inovação tecnológica. Dirigida pelo professor Oswaldo Massambani, a Agência USP de Inovação apresentou as mais recentes pesquisas realizadas pela agência na área de papel e celulose.

Durante a apresentação, os professores da Universidade de São Paulo (USP) destacaram a importância da ligação entre a empresa e o meio acadêmico, reforçando que os estudos que vêm sendo realizados podem ajudar a solucionar problemas recorrentes da indústria.

Pesquisas desenvolvidas com eucaliptos e pinus na área da genômica (ciência que estuda o processo genético) sobre a ecofisiologia do eucalipto (pesquisa que analisa a adequação da espécie em relação a fatores naturais, como área de plantio, natureza do solo, entre outros), e sobre nanotecnologia de fibras (pesquisa que investiga a natureza das fibras, sua composição e organização) foram destacadas pelos representantes da universidade.

Ainda no mesmo painel, o professor e consultor de empresas e organizações Paulo Lemos, da Agência de Inovação da Unicamp, a Inova,



O consultor da área gráfica Sérgio Rossi Filho ressaltou que a comparação das diferenças entre papéis de diferentes fabricantes pode servir para o fabricante melhorar a qualidade do produto

falou sobre o forte investimento da agência em empreendedorismo tecnológico. "Temos mais de 16 empresas juniores na Unicamp. Nosso objetivo é, cada vez mais, trabalhar a visão do pesquisador como empreendedor". O professor complementou que é fundamental mostrar oportunidades de negócios ao pesquisador e que essa prática colabora com um mercado mais criativo e informado.

Outro destaque do Fórum foi o painel "Insumos Químicos - Otimização das propriedades do papel revestido através do Látex", apresentado

pelo engenheiro de Pesquisa e Desenvolvimento da Dow Látex, Ruy Cruz. Segundo ele, aspectos como brilho, alvura, opacidade, rigidez, rugosidade e porosidade do papel são fortemente influenciados pelas características do látex. "O revestimento de papéis promove maior resistência ao material e melhor receptividade à tinta", explicou.

Cruz também observou que as indústrias gráfica e papelreira precisam começar a estreitar relações. "Falta diálogo entre os três elos da cadeia produtiva: fornecedores de papel e celulose, fabricantes e gráficos".



O vice-presidente da ANAVE, Helder Kanamaru, encerrou o evento, destacando seu sucesso

Já o consultor da área gráfica Sérgio Rossi Filho realizou a apresentação "As 10 características mais importantes do papel", em que abordou os aspectos que contribuem com a qualidade e a produtividade da impressão, comparando as diferenças entre papéis de diferentes fabricantes. "Essa comparação pode servir para o fabricante melhorar a qualidade do produto, se perceber que está em condição de inferioridade em relação aos concorrentes, ou para o pessoal de marketing e vendas realçar as qualidades do seu produto", acrescentou.

Também compuseram o rol de palestrantes dos painéis técnicos o presidente da Cromos, Gero Pluecker, com a palestra "Desafios de uma indústria nacional de tintas em um mundo globalizado"; o presidente da Colacril, Valdir Gaspar, que falou sobre o "Mercado de Autoadesivos - Riscos e Tendências"; e o gerente de Informática, da MD Papéis, Vanderleij Schiavo, que palestrou sobre "Papéis Especiais".



As idéias apresentadas por Nogueira Batista estimularam a participação da mesa debatedora, composta pelo vice-presidente da ANAVE, Helder Kanamaru, diretor geral da Klabin, Miguel Sampol, e o presidente da Votorantim Celulose e Papel (VCP), José Luciano Penido

renovação das equipes econômicas do governo federal. Há muitos anos, as mesmas pessoas integram o Ministério da Fazenda e do Planejamento, o Banco Central e o Conselho Monetário. São equipes formadas por pessoas que vêm do mercado financeiro".

As idéias apresentadas pelo palestrante estimularam a participação da mesa debatedora, composta pelo vice-presidente da ANAVE, Helder Kanamaru, diretor geral da Klabin, Miguel Sam-



Miguel Sampol, presidente da Klabin

"O que eu tenho percebido durante um tempo é que o que se exige do profissional de vendas está mudando. Antes, esse profissional buscava apenas a venda. Hoje também é assim, mas ele precisa saber muito mais. Tem que saber do cliente para quem está vendendo, quais são os requisitos desse cliente e como contribuir para que o negócio do cliente seja melhor. O Fórum da ANAVE não enxerga apenas a indústria de papel, mas o mundo em torno, o que é uma contribuição muito boa para o nosso profissional de vendas. A iniciativa da ANAVE é muito elogiada por ter esse interesse"

pol, e presidente da Votorantim Celulose e Papel (VCP), José Luciano Penido, que expuseram suas opiniões e questionaram Nogueira Batista.

Na opinião de Sampol, falta ao brasileiro elevar o nível de ambição. "O Brasil tem muitos pontos positivos, que nem todos têm. É absolutamente inaceitável que não apresente crescimento maior". Penido concordou: "falta determinação à sociedade para colocar o crescimento como objetivo nacional". Para Nogueira Batista, a falta de ambição atinge a sociedade como um todo. "Houve uma redução das expectativas, um rebaixamento das ambições", completou.

O presidente da Klabin argumentou, por outro lado, que a agenda de crescimento sustentável é muito exigente. "Fala-se das condições de juros, de comportamento fiscal, de quanto o governo retira da produção nacional e da necessidade de conciliar tudo isso com política social. A agenda

tem que ter simultaneidade de ações". O palestrante complementou: "não basta abaixar a taxa de juros. É preciso, simultaneamente, reorganizar uma série de políticas para acomodar uma taxa de juros mais baixa".

O dinamismo econômico apresentado pelo Brasil há algumas décadas foi lembrado por Penido. "O Brasil crescia à taxa anual de 5%, entre 1930 e 1980. De repente, viramos um país decadente e crescemos menos do que a média mundial. A Argentina, bastante problemática, tem crescido a taxas de até 9%. Todos estão crescendo mais do que o Brasil". O presidente da VCP teve sua observação avalizada pelo palestrante: "até 1980, o Brasil teve uma das economias mais dinâmicas do mundo e representava um pólo de crescimento. De 1980 em diante, viramos exportadores de gente. Hoje, temos muito mais brasileiros saindo do que imigrantes entrando no país".



Pesquisas com eucaliptos e pinus sobre a ecofisiologia do eucalipto e nanotecnologia de fibras foram destacadas pelos representantes da Agência USP de Inovação



Após a apresentação, a mesa de debates composta pelo diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios da ANAVE, Alfredo Behrens, e pelo vice-presidente do Conselho de Administração da Suzano, Boris Tabacof, avalizou as colocações de Mangabeira. Para Tabacof, algumas questões estão desviando a aplicação dos recursos públicos brasileiros. "Não são as ONGs que vão resolver o problema de educação no Brasil. Esta é uma ação básica do Estado, mas não acredito que o mercado, sozinho, vá resolver esse problema", argumentou. Behrens, por sua vez, destacou o fato da indústria de papel e celulose levar o desenvolvimento ao interior do país. "Esta prática está alicerçada na construção sobre o que o Brasil tem de melhor – espaço, sol e água. Isso eleva o nível de vida local".

Os debatedores também concordaram que o debate sobre o crescimento do país precisa ser intensificado e que as idéias apresentadas por Mangabeira devem ser objeto de posteriores discussões. "Precisamos pensar em uma forma de transformar as soluções propostas em algo factível. A elite nacional perdeu o sentido de grandeza e precisamos que isso seja resgatado para veicular essas idéias", observou Behrens.



O analista político Roberto Mangabeira Unger chamou a atenção dos participantes para a importância do debate sobre as mudanças necessárias para a retomada do desenvolvimento do país: "a grande maioria dos brasileiros não participa desse debate tão necessário. Como vamos levantar o país nessas condições?"

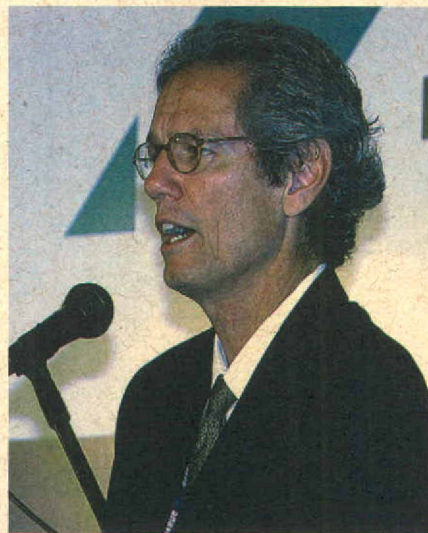
Já Tabacof lembrou que a experiência de idéias revolucionárias e mudanças profundas é uma questão histórica de difícil solução no Brasil. "A situação do Brasil é extremamente difícil e é

muito importante que as pessoas proponham idéias, algo que não acontece mais nesse país. Idéias novas não são colocadas em discussão".

Mangabeira, que afirmou não ter uma fórmula pronta para solucionar os problemas do Brasil, encerrou a discussão com um questionamento aos participantes: "a grande maioria dos brasileiros não participa desse debate tão necessário. Como vamos levantar o país nessas condições?". Para os debatedores, o Fórum foi uma boa oportunidade para exercitar essa reflexão!

MAIS AMBIÇÃO PARA O BRASIL PRÓSPERAR

O responsável por um dos debates mais calorosos do 31º Fórum ANAVE foi Paulo Nogueira Batista Jr., que abordou a atual política de crescimento do país.



O economista Paulo Nogueira Batista Jr. destacou as principais causas para o baixo crescimento do Brasil: "São fatores interligados que explicam o baixo índice de crescimento: as altas taxas de juros reais; o spread bancário elevado; a alta carga tributária e o câmbio sobrevalorizado"

Em sua palestra, "Uma agenda para a retomada do crescimento", Nogueira Batista lembrou que o Brasil está crescendo pouco desde o início dos anos 80. "Existe uma idéia errada de que o Brasil não cresce porque sofre os efeitos de traumas econômicos de várias reestruturações de dívidas". Para ele, algumas das principais causas do baixo crescimento são as altas taxas de juros reais; o spread bancário elevado; a alta carga tributária e o câmbio sobrevalorizado. "São fatores interligados que explicam o baixo índice de crescimento".

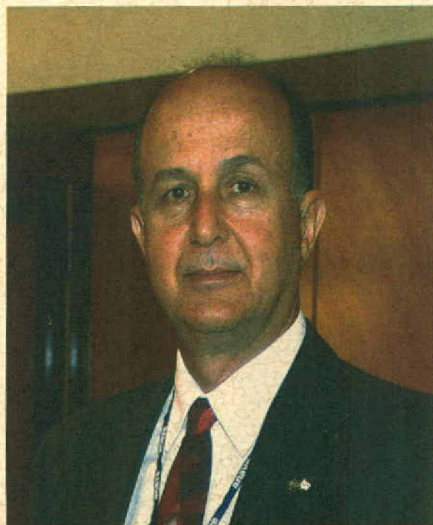


Marco Fábio Ramenzoni, diretor-presidente da Papyrus

"A Papyrus sempre investiu na ANAVE, principalmente por meio do Fórum. É uma associação dos homens de venda do nosso setor. Quem toma conta dos nossos clientes são os associados da ANAVE. Por isso, vamos sempre apoiá-la. Esse ano, foi gratificante ser patrocinador porque a ANAVE mostrou uma nova dinâmica, uma nova estrutura, novos conceitos voltados ao seu cliente. Os Fóruns da ANAVE que vêm acontecendo a cada ano são momentos extremamente propícios para os profissionais de venda se encontrarem e debaterem questões relevantes. Foram discutidos aspectos de tecnologia, de futuro, planejamento estratégico, o que sempre enriquece o profissional e cria um momento de interação muito proveitoso"

O pesquisador destacou que, embora as reformas previdenciária e tributária sejam comumente apontadas como primordiais, a reforma financeira é um ponto essencial para o crescimento do país. "O que o Estado precisa mesmo é da reforma financeira, que não é mencionada e talvez seja a mais importante. É possível crescer sem que essa agenda de reformas tenha que acontecer", argumentou.

Nogueira Batista ressaltou ainda que a prática que tem predominado no país é a do anticrescimento. "O Brasil precisa de reorientação das políticas macro-econômicas para retomar o crescimento", defendeu o pesquisador, acrescentando que o foco do problema do baixo índice de crescimento está no sistema econômico em vigor. "O primeiro passo para a mudança é a ampla



Vanderson Vendrame, diretor-presidente da Albany International

"Somos uma empresa 100% comprometida com o setor de celulose e papel. Sendo assim, temos interesse em participar dos eventos que consideramos sérios e voltados a esse segmento. Participamos das edições anteriores do Fórum ANAVE e gostamos da experiência. Por isso, resolvemos patrocinar o evento novamente"

O consultor expôs alguns dados no campo demográfico nacional que devem colaborar no futuro com um cenário ainda mais positivo na economia brasileira. "A pirâmide populacional do país tem mudado para melhor ao longo dos anos. A previsão para o ano de 2010 é que tenhamos mais mulheres e jovens no mercado de trabalho, o que implicará no aumento de nossa população economicamente ativa. Considerando apenas as questões demográficas, devemos crescer de 3% a 4% ao ano".

Kanitz afirmou que 2040 deverá ser o "ano de ouro" do Brasil: "o número de pessoas produtivas no mercado aumentará ainda mais.

Teremos um volume alto de indivíduos entre 40 e 50 anos de idade, no auge de seu desempenho profissional".

O consultor previu 40 anos "bons" pela frente. Segundo ele, o país tem tudo para crescer num cenário mundial calmo. "Além dos indicadores demográficos positivos, seremos cada vez melhor administrados". Mas advertiu: "em 2017 o lucro de metade das empresas do setor será zero, se essas empresas não apostarem em inovação tecnológica". Segundo Kanitz, as indústrias de destaque no futuro serão aquelas que investem em pesquisa. "O segredo do sucesso será você deter um conhecimento que é só seu. O conhecimento que temos hoje não servirá no futuro".

O comitê debatedor da apresentação foi presidido pelo presidente da Cenibra, Fernando Henrique da Fonseca, e contou com a participação do diretor de Desenvolvimento e Novos Negócios da Suzano, André Dorf, e do vice-presidente da ANAVE, Helder Kanamaru.

Apesar do cenário positivo apresentado por Kanitz, o presidente da Cenibra disse que vê algumas "nuvens no horizonte", especificamente falando da indústria de papel e celulose nacional. "Se nos compararmos com o Chile, por exemplo, não temos uma posição privilegiada em termos de competitividade. Já não temos o mesmo custo de produção que tínhamos no passado. O crescimento do custo aconteceu muito em função da valorização do câmbio", argumentou. Kanitz, no entanto, ressaltou que o custo do capital no Brasil deve diminuir no futuro e que os empresários precisam levar isso em consideração. André Dorf indicou a importância da realização de reformas estruturais pelo governo, que permitam maior investimento no meio industrial. Kanitz concordou: "precisamos de uma verdadeira reforma previdenciária, que acabe com esse sistema injusto, que tem pena-

lizado as empresas nacionais. Acho que com a geração de administradores que têm entrado no gerenciamento do Brasil, esse quadro tende a melhorar no futuro", concluiu.

UMA ALTERNATIVA PARA RESGATAR O CRESCIMENTO DO PAÍS

"O Brasil tem uma alternativa, capaz de dar asas à sua energia frustrada neste momento de desilusão. Nunca foi tão importante afirmar a fé na esperança do engrandecimento do país". Assim, Roberto Mangabeira Unger deu início à palestra "Bases para um novo Brasil", na qual sugeriu um novo modelo de desenvolvimento nacional.

Antes de apresentar uma alternativa "realista e revolucionária", segundo suas próprias palavras, Mangabeira chamou a atenção dos participantes para a atual situação brasileira. Ele ressaltou que, durante 100 anos, o Brasil foi um país desigual, que crescia rapidamente. Nos últimos 20 anos, no entanto, permaneceu desigual e parou de crescer. "Essa extrema desigualdade é o maior pesadelo da nação", argumentou.

O professor também destacou como um dos principais problemas nacionais o fato do juro real no Brasil ser mais alto do que o retorno médio das empresas do setor não-financeiro e abordou a questão trabalhista. "O Brasil tem extraordinário vigor empreendedor, mas não consegue centralizar essa energia em infra-estrutura. Hoje, 60% dos brasileiros vivem na informalidade, sem direitos".

Mangabeira apresentou, então, um novo modelo de desenvolvimento nacional, baseado na ampliação das oportunidades econômicas e educativas. "O mercado precisa ser democratizado para ser capaz de incorporar a maioria. É preciso separar a política dos negócios". Como prioridades, o palestrante citou a redução da carga tributária, o fim da informalidade e a melhoria do ensino público. "De nada adianta a alta carga tributária, sem que essa receita seja investida em ensino e em pessoas. A generalização do 'experimentalismo' deve ser a base dessa alternativa. O mercado precisa ser democratizado, reinventado para ser capaz de incorporar a maioria", complementou.



O comitê debatedor da apresentação foi presidido pelo presidente da Cenibra, Fernando Henrique da Fonseca

não ser tão baixo como no passado. "Hoje o real está valorizado, cortando parte dessa vantagem. O Brasil passou de um custo baixíssimo para um custo simplesmente baixo. A lucratividade é boa, mas em relação ao custo, há uma evasão na posição competitiva do Brasil. Hoje o Brasil está no limite de seus custos", justificou.

Sobre a concorrência no cenário internacional, Schaefer descartou algumas análises que apontam a Indonésia e a China como ameaças assustadoras ao Brasil. "O Brasil tem um governo mais estável e um melhor gerenciamento de florestas em relação à Indonésia. Já com relação à China, o solo e a madeira naquele país são muito caros, mais caros que no Brasil. É claro que não podemos ignorar esses mercados, mas não os vejo como grandes ameaças a curto prazo".

O presidente da Aracruz Celulose, Carlos Aguiar, presidiu o comitê debatedor da palestra de Schaefer, que contou com a participação dos presidentes da International Paper, Maximo Pacheco, da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), Mário César de Camargo, e do diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios da ANAVE, Alfredo Behrens.

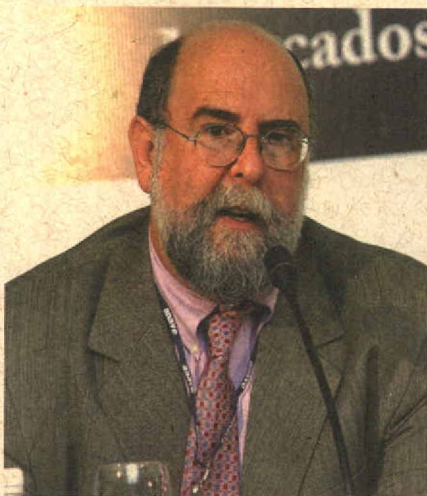


O presidente da Aracruz Celulose, Carlos Aguiar, presidiu o comitê debatedor da palestra de Schaefer, que contou com a participação dos presidentes da International Paper, Maximo Pacheco, da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), Mário César de Camargo, e do diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios da ANAVE, Alfredo Behrens.

Behrens apontou os reflexos negativos que os fechamentos de fábricas no Canadá têm gerado à comunidade local. "Inacreditável que isso aconteça. Quando uma fábrica desse porte fecha, sabemos que toda comunidade ao seu

redor é prejudicada, muitas pessoas que moram na região perdem o emprego", lembrou.

Em relação à valorização da moeda canadense perante o dólar, situação que tem contribuído para o aumento dos custos de produção naquele país, o presidente da International Paper, Maximo Pacheco, ressaltou que também no Brasil as empresas do setor têm convivido com esse problema. "Mas aqui as razões para o câmbio valorizado são outras. Faltam políticas econômicas incisivas por parte do Estado. Esse tem sido um grande obstáculo para a exportação de nossas empresas", asseverou.



Apesar do quadro positivo traçado por Schaefer para o Brasil, sem concorrentes a curto prazo que representem grande ameaça, o diretor de Novos Negócios da ANAVE, Alfredo Behrens, afirmou que as empresas nacionais não podem se acomodar: "temos de pensar em alternativas para mantermos essa competitividade"

O baixo consumo de papel no mercado interno brasileiro também foi debatido pelos participantes do comitê. O presidente da Abigraf, Mário César de Camargo, afirmou que acredita numa melhora desse quadro, com a evolução da qualidade de vida e da educação dos brasileiros. Schaefer avaliou a opinião de Camargo: "com a elevação da qualidade da educação e do padrão de vida nos países em desenvolvimento, acredito que o consumo irá crescer de forma significativa".

Apesar do quadro positivo traçado por Schaefer para o Brasil, sem concorrentes a curto prazo que representem grande ameaça, o diretor de Novos Negócios da ANAVE afirmou que as empresas nacionais não podem se acomodar: "temos de pensar em alternativas para mantermos essa competitividade. A Ásia é um mercado extremamente competitivo

e esse ambiente 'confortável' não é eterno para nós". Schaefer concordou que o Brasil deve investir em pesquisas e inovações, mas reforçou que, por enquanto, mercados como o indonésio não representam grande perigo ao Brasil.

OS RUMOS DA ECONOMIA NO BRASIL E NO MUNDO



O consultor Stephen Kanitz alertou os empresários a concentrarem esforços na redução dos custos de produção e no investimento em pesquisa

Stephen Kanitz palestrou sobre os rumos da economia no Brasil e no mundo. O consultor lembrou de algumas das previsões feitas por ele no passado, para a economia brasileira, que se confirmaram. "Em 1984, previ uma década perdida, o início de anos marcados pela crise. Para o período de 1994 a 2004, previ um ciclo de crescimento e apostei no Plano Real. Minhas previsões deram certo", ressaltou.

Kanitz fez uma análise positiva do cenário econômico atual do Brasil. "Está tudo bem hoje no país. O superávit comercial brasileiro está garantindo investimentos". Com relação à valorização do Real frente ao dólar, um dos principais problemas para a indústria de celulose e papel nacional, Kanitz surpreendeu os presentes afirmando que o câmbio valorizado é prova de que o Brasil está dando certo. Ele alertou os empresários a concentrarem esforços na redução dos custos de produção e no investimento em pesquisa. "Se vocês querem que o Brasil dê certo, não torçam para o Real se desvalorizar. Esta é a maior prova de que a economia brasileira vai bem. O que a indústria precisa fazer é buscar cada vez mais a redução de custos e investir na inovação tecnológica", defendeu.



Abertura do Fórum ANAVE 2006, com a jornalista Patrícia Maldonado

nacional e especialistas do setor, discutiu os assuntos abordados.

O Fórum contou ainda com painéis técnicos simultâneos, com temas como inovação tecnológica (abordados pelas agências de inovação da USP e da Unicamp, participantes do evento), inteligência de mercado, indústria de tintas, características do papel e mercado de autoadesivos.

O vice-presidente da ANAVE, Helder Kanaamaru, destacou, ao final do Fórum, o sucesso do evento: "conseguimos quebrar vários paradigmas do próprio Fórum. Trouxemos os debates da Fiesp para o Hotel Renaissance, num espaço mais adequado, contamos com palestrantes de peso e discussões ricas, portanto, só temos a agradecer a todos que colaboraram com essa grande mudança do Fórum ANAVE".

Nesta reportagem especial você confere a cobertura completa de cada um dos painéis do Fórum ANAVE 2006.

O MERCADO MUNDIAL DE FIBRAS

A palestra do diretor da área de fibra da RISI, Kurt Schaefer, foi um dos destaques do Fórum ANAVE, por oferecer um panorama sobre o mercado global de fibras, a partir da análise de problemas que têm marcado a indústria de celulose e papel no leste canadense. O tema central da apresentação foi o fechamento constante de fábricas no Canadá e os impactos desse fechamento no cenário mundial.

Schaefer apontou o alto custo da produção canadense, em função da valorização da moeda local frente ao dólar, como um dos principais problemas que têm levado à redução da capacidade no país.

"Os canadenses estão do lado mais alto da curva de custos. O custo variável médio no país subiu de US\$ 370 para US\$ 550. A moeda local

tem estado muito valorizada nos últimos anos, como vem acontecendo aqui no Brasil", explicou.

O diretor da área de fibras da RISI ressaltou que hoje a Ásia é a região que tem menor custo de produção, seguida da América Latina.

Segundo Schaefer, boa parte do aumento que está sendo visto no preço da celulose em termos mundiais é consequência do aumento de custo da produção canadense. "É preciso destacar que a NBHK (Northern Bleached Hardwood Kraft, celulose de fibra longa produzida no norte do Canadá) atende os mesmos mercados que a BEKP (Bleached Eucalyptus Kraft Pulp, celulose de fibra curta de eucalipto). Logo, o preço da fibra



André Dorf, diretor de Desenvolvimento e Novos Negócios da Suzano

"Foi muito interessante, as palestras aconteceram em temas variados. O grande ganho é a diversidade de opiniões e temas, o que faz com que a gente monte um quadro para definir o planejamento das empresas para os próximos anos"

curta de eucalipto não é determinado totalmente pelos produtos dos países que a oferecem, mas por esse quadro mundial. Ele sofre influência da situação canadense".

Outro fator que tem motivado o fechamento de fábricas no Canadá, com reflexos mundiais, seria a redução da cota permitida pelo governo canadense para corte de florestas. "No Canadá os recursos silvestres são do governo e é ele que decide quanto das florestas pode ser cortado. Com a medida tomada pelo governo, reduzindo a cota disponível para corte, ficamos com menos fibra longa para comercializar e isso estimulou o encerramento das atividades de muitas fábricas. Temos visto uma 'tsunami' de usinas de papel e celulose sendo fechadas no país".

Schaefer destacou que, com menos fibra longa disponível ao mercado, já começa a ser observada uma demanda por outros tipos de fibras. Em relação à NBSK (Northern Bleached Softwood Kraft, produzida no norte da Europa), por exemplo, o diretor apontou a Rússia como provedor de destaque: "eles têm uma boa reserva e de alta qualidade. O principal consumidor do país é a China e isso deve se intensificar no futuro". Schaefer afirmou que hoje a celulose dessa região tem o custo alto, se comparado ao custo da América Latina, mas ele crê num cenário mais favorável no futuro: "o custo da produção dessa celulose irá cair à medida em que novas empresas vão ser construídas. Para acompanhar esse crescimento que virá é preciso, cada vez mais, buscar a redução dos custos de produção".

PERSPECTIVAS POSITIVAS PARA A AMÉRICA LATINA E O BRASIL

Schaefer destacou que o quadro de fechamentos de fábricas no Canadá é positivo para o mercado latino-americano, reafirmando a tendência de procura por outros tipos de fibras.

Além disso, ele acredita que o aumento da capacidade na América Latina, que está sendo observado com o aumento da produção de várias empresas e o surgimento de novas fábricas, será bem absorvido pelo mercado nos próximos anos. "Esperamos um aumento da demanda de celulose na Europa entre 2007 e 2008. Esse aumento irá de encontro ao maior volume de produção na América Latina", assegurou.

No entanto, o diretor da área de fibra da RISI, alertou que o impacto do crescimento da demanda na Europa (um dos mercados-chave para o Brasil) não será tão favorável como poderia ser há alguns anos, em função de o custo brasileiro



FÓRUM ANAVE 2006

Um retrato da indústria papeleira no Brasil e no mundo



O presidente da ANAVE, Fernando Franzoni, no púlpito, ressaltando a importância do debate de temas conjunturais para o setor

Questões cruciais do setor foram debatidas no evento, após uma rica análise conjuntural dos campos político e econômico

Dois dias de intensos debates sobre o mercado de celulose e papel e os fatores conjunturais nos campos político e econômico que o têm influenciado marcaram o Fórum ANAVE 2006, realizado em 31 de agosto e 1º de setembro. Com cerca de 400 participantes, o evento, que passou por uma grande reformulação em 2006, consolidou-se como manancial de informações valiosas para a tomada de decisões na indústria papeleira. A 31ª edição do Fórum, que contou com a mediação da jornalista Patrícia

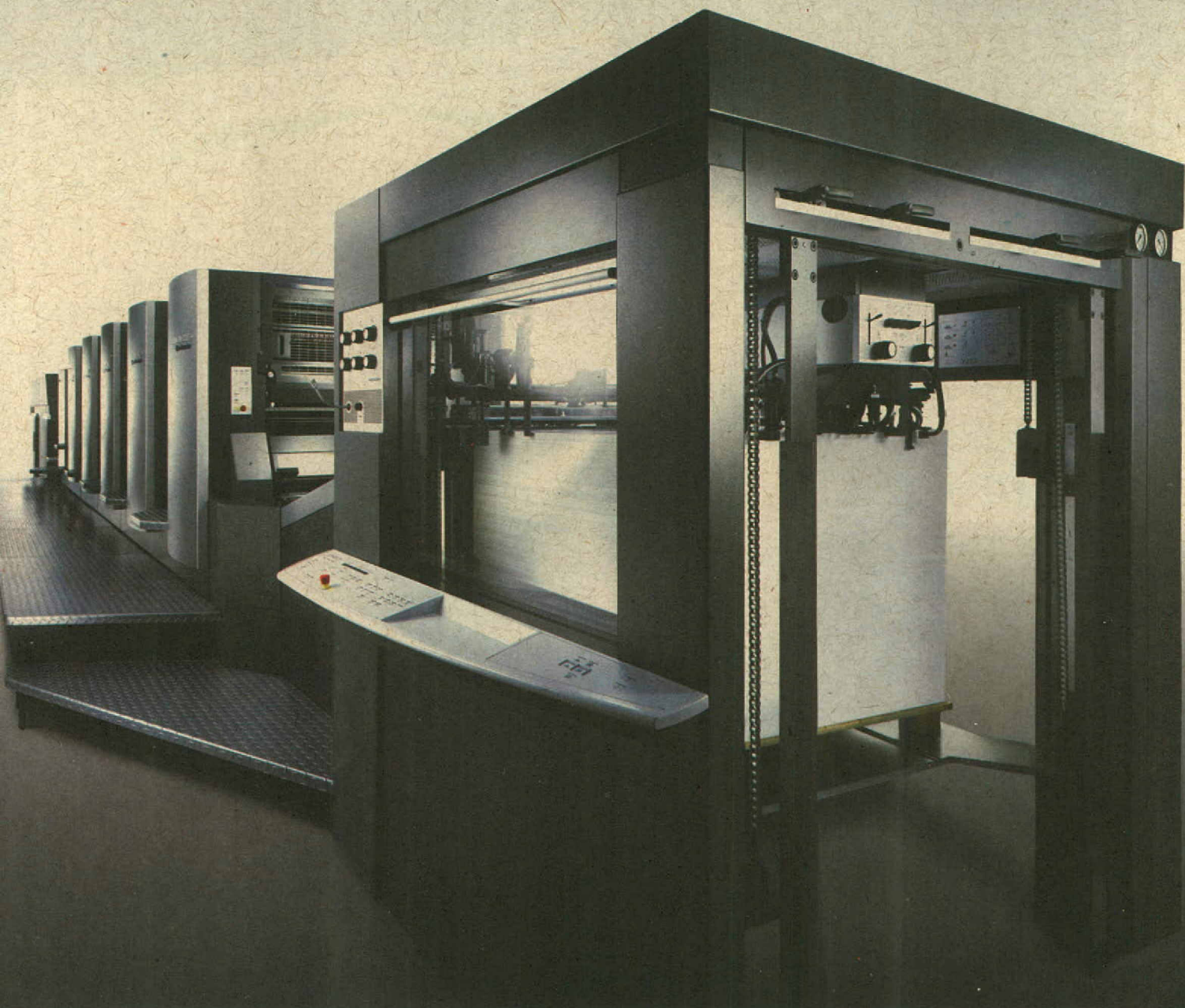
Maldonado e cobertura do apresentador Amaury Jr. (Rede TV!), inovou por trazer palestrantes conceituados extra-setor e por contar com uma infra-estrutura qualificada para o porte do evento, no Hotel Renaissance, em São Paulo.

O Fórum foi aberto com um discurso do presidente da ANAVE, Fernando Franzoni, ressaltando a importância do debate de temas conjunturais para a indústria de celulose e papel brasileira, referindo-se à inclusão, no evento, de palestrantes renomados do cenário político e econômico nacional. "Precisamos ficar atentos ao que acontece com o nosso Brasil. Não podemos ficar quietos diante do que vem ocorrendo com algumas empresas do setor que contribuem muito com o país", ressaltou Franzoni.

Os debates foram iniciados em 31 de agosto com o diretor da área de fibra da RISI (empresa

provedora de informações na área de celulose, papel e produtos florestais), Kurt Schaefer, que falou sobre o mercado global de fibras, a partir da análise da indústria canadense de papel e celulose. Posteriormente, o consultor Stephen Kanitz, mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Havard e colunista da revista Veja, proferiu a palestra "Os rumos da economia mundial e o seu impacto no Brasil". O segundo dia do evento contou com as palestras do analista político e professor da Universidade de Havard, Roberto Mangabeira Unger ("Bases para um novo Brasil"), e do economista Paulo Nogueira Batista Jr. ("Uma agenda para a retomada do crescimento"), ambos colunistas da Folha de S.Paulo.

Após as apresentações dos quatro palestrantes, um comitê debatedor, formado pelos principais CEOs da indústria de papel e celulose



Seus trabalhos nunca passaram por nada parecido.

A Tuicial Indústria Gráfica superou mais um limite, o limite de 1 metro em seus impressos, com a nova Heidelberg Speedmaster CD102 (Formato 1 - 72 x 102 cm) que comprova sua eficiência. Tecnologia de ponta, impressões em cinco cores e uma sofisticada unidade de verniz,

que garantem a reconhecida qualidade e um notável aumento na produtividade. Firmando parcerias fortes que trazem para nossos clientes os recursos gráficos equivalentes aos mais modernos do mundo.

de sustentabilidade: "as plantações de eucalipto foram estabelecidas desde a década de 1960 no Brasil, com curto período de crescimento. Essa experiência mais investimentos em pesquisas colocam as plantações brasileiras cinco vezes à frente das chinesas". O consultor aponta ainda diversas desvantagens do mercado chinês em relação ao brasileiro: "além de fontes limitadas de fibra de boa qualidade e problemas com energia, a China tem desmatado por muitos anos e agora o país está entendendo que essa é a causa principal da desertificação, erosão do solo, inundações, tempestades de poeira, entre outros problemas que o país tem enfrentado".

Wright avalia que, de 2004 a 2007, quase seis milhões de toneladas anuais da capacidade de celulose serão retiradas dos países do hemisfério Norte, sendo substituídas por uma quantidade similar de produção do Brasil e países vizinhos, como Chile e Uruguai. "E essas fábricas do hemisfério Sul estão sendo construídas acatando os mais estritos níveis de eficiência", completa.

O consultor aponta as companhias de celulose e papel brasileiras como as mais lucrativas do mundo: "a força financeira dessas empresas permite investimento continuado em sustentabilidade ambiental e desenvolvimento social em áreas rurais".

OS PLANOS DE GRANDES PLAYERS BRASILEIROS

Algumas das empresas que já estão com o pé na China apostam na manutenção, e até na ampliação, das vendas para o país, chegando a planejar abertura de escritórios na região para ficarem mais próximas desse mercado. É o caso



Muralha da China

Fotos: CBODE



Escultura chinesa em marfim

da Votorantim Celulose e Papel (VCP), que prevê para 2007 a inauguração de um escritório em Shanghai. "O objetivo será fortalecer a relação com os clientes por meio da proximidade. Esperamos aumentar ainda mais nosso conhecimento sobre esse mercado e sobre suas necessidades", afirma Sérgio Almeida, diretor de Negócios de Celulose da VCP. Almeida ressalta que, para a empresa, a China é vista como oportunidade. "O nível de investimento na China é constante e crescente. A população está tendo seu poder de consumo ampliado. Mais papel, de diversos tipos, está sendo produzido para atender esse consumo. Esse movimento econômico tem atraído grandes fabricantes mundiais de papel para o país, conseqüentemente, o consumo de celulose na China também aumentará. Há um espaço enorme

para a venda de celulose de eucalipto, produzida pelo Brasil".

Em 2005, a VCP exportou 142.000 toneladas de celulose de eucalipto para a China. No primeiro semestre deste ano, o total exportado foi de 70.000 toneladas.

"Pretendemos manter nosso volume de vendas estável, pelo menos nos próximos dois anos, até que tenhamos possibilidade de ampliar nossa presença naquele mercado. Isso será possível com o aumento de capacidade da nossa produção, previsto para o início de 2009", conclui.

As perspectivas de negócio com o país também são positivas para a Suzano Papel e Celulose. "Estamos nos posicionando para sermos um fornecedor importante para a região", afirma Carlos Anibal, gerente de vendas de celulose da empresa. Anibal ressalta que, apenas em 2005, a China representou 16% da demanda mundial de celulose de mercado, o que faz com que o país seja tido como um dos principais mercados-alvo da companhia.

"Em 2007, abriremos um escritório comercial na Ásia e os benefícios esperados dessa implantação são expressivos, como otimização dos custos de venda com ganhos em escala nas operações próprias no exterior, acompanhamento 'in loco' dos acontecimentos do mercado, oportunidade de identificação de novos clientes e qualidade na prestação de serviços pré e pós-venda", revela o gerente de vendas em celulose da Suzano. Anibal esclarece que este escritório será responsável por alocar parte expressiva da nova capacidade do Projeto Mucuri, na Bahia, que representa um incremento de um milhão de toneladas de celulose branqueada por ano à capacidade produtiva da companhia.

Em 2005, a Suzano exportou 444,5 mil toneladas de celulose de mercado (85% do volume vendido). Desse total, a Ásia, que inclui o mercado chinês, respondeu por aproximadamente 28% das vendas, sendo o segundo maior mercado de celulose para a empresa, depois da Europa. ■

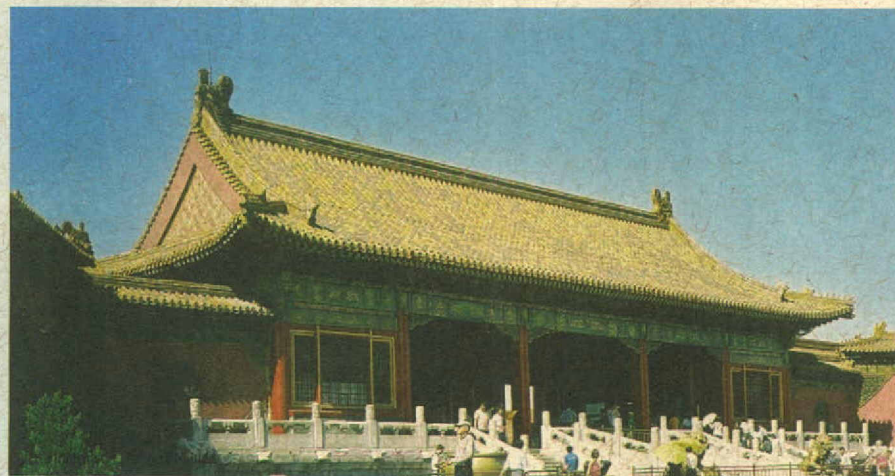
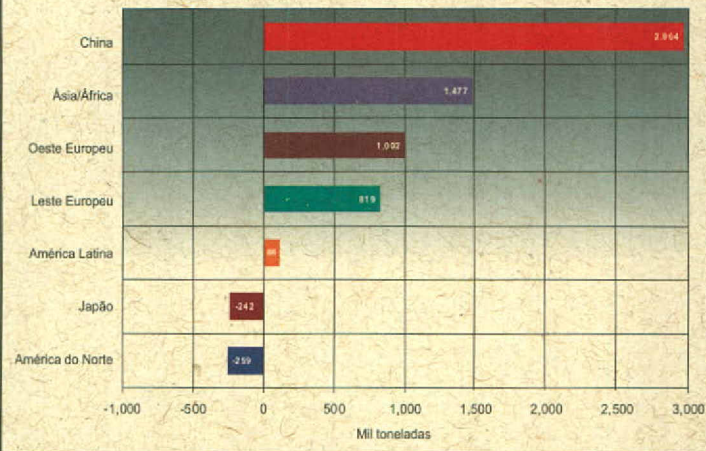


Foto: CBODE

Demanda de BCP (Bleached Chemical Pulp) – por região de 1999 a 2004

Crescimento total de BCP desde 1999: 5,8 milhões de toneladas



chinesas de produtos tecnológicos de alto valor agregado, como câmeras, celulares, computadores e copiadoras. "Esses produtos são embalados em papel de alta qualidade, acompanhando instruções, garantias e etiquetas, que também são feitos de papel. O crescimento da demanda da China por fibra é influenciado pelo comércio do país com o mundo", avalia.

Mas a oportunidade no mercado chinês está restrita ainda a poucas empresas brasileiras. De acordo com Liu, um número pequeno de players brasileiros está estruturado para atender a grande demanda chinesa de celulose. "Quase que mensalmente recebo solicitações da China por celulose brasileira, mas poucos fornecedores planejaram-se, com uma produção programada, para atender esses pedidos. A grande questão para o Brasil é pensar em como abocanhar mais essa demanda. Se as empresas brasileiras tiverem mais produção para o mercado chinês, com certeza a China comprará", garante. Liu sugere que as empresas nacionais estendam seus contratos a longo prazo, para garantir uma produção mais confortável, e invistam no planejamento da produção: "qualquer investimento no setor é altíssimo e exige uma programação. Não adianta montar fábricas, se não há florestas. No Brasil, se mais alguém quiser investir nesse mercado, vai ter de contar com uma programação a longo e médio prazo".

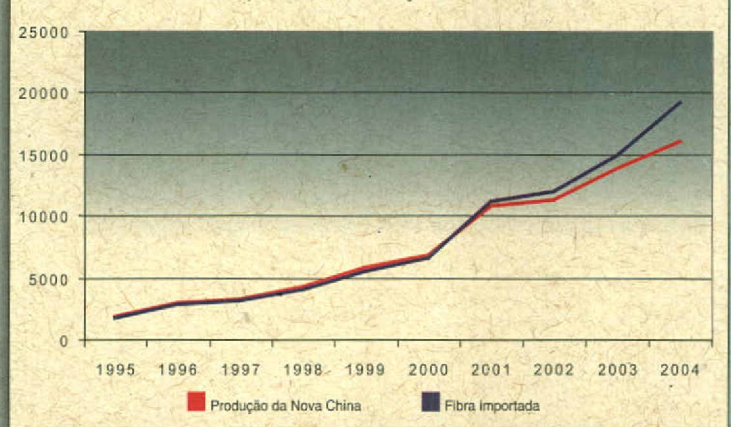
UMA AMEAÇA AO BRASIL NO MERCADO DE PAPEL?

Para Liu, o grande potencial para a indústria brasileira explorar está no universo de celulose. Em papel, o presidente da Câmara Brasil China de Desenvolvimento Econômico é mais reticente: "o governo chinês tem uma política de privilegiar indústrias locais e a China conta com grandes indústrias de papel. A produção no país tem escala, custo mais baixo, maior competitividade e máquinas mais modernas. Exportar produtos acabados para a China é complicado".

Wright destaca que a indústria de papel chinesa se beneficia dos baixos custos de financiamento oferecidos pelos bancos estatais, de mão-de-obra barata e da proximidade das zonas de processamento de exportação. "Mais de 80% da produção da Nova China está concentrada nas quatro províncias litorâneas de Guangdong, Zhejiang, Shandong e Jiangsu", completa.

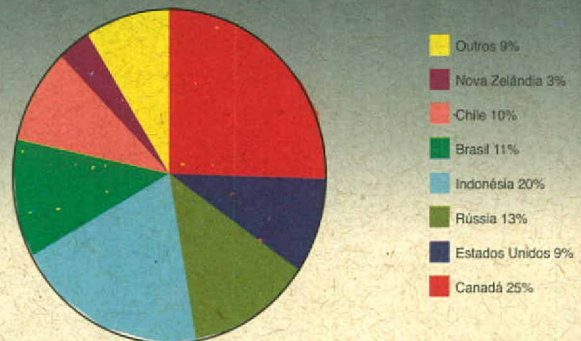
Analistas da Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel (ABTCP) chegam a apontar que, em papel, a China pode representar uma

Fibras importadas X Produção da Nova China



Fornecedores de celulose para o mercado chinês:

7 milhões de toneladas em 2004



ameaça no futuro para o Brasil. "Nesse segmento, a China pode passar de oportunidade para sério concorrente. O país conta com grandes indústrias e tem investido muito em pesquisa para aumentar a qualidade", afirma Afonso Moura, gerente técnico da ABTCP. Alberto Mori, presidente da associação, e Umberto Cinque, do conselho diretor, concordam. "Diferentemente do custo Brasil, o custo China é baixo. O Brasil precisa buscar maior diferencial competitivo nos custos para não perder mercado para a China", afirma Mori.

"Estivemos no país recentemente e observamos que, somente em Pequim, existem muitas universidades estudando fibras do mundo todo. Isso resultará num salto em relação à qualidade. Não podemos nos iludir que o mercado chinês

de papel permanecerá como está hoje", complementa Cinque.

Liu e Wright, no entanto, não enxergam a China como ameaça, mesmo nesse segmento, embora ele não seja tão próspero, em termos de negócio, para o Brasil quanto o de celulose.

"Não acredito numa ameaça. Os grandes grupos de papel brasileiros são multinacionais, empresas sólidas que vão ter capacidade de modernizar o parque industrial e avançar na produção. Talvez em algum tipo de papel isso possa acontecer, como no papel imprensa, mas, no geral, não vejo a China como grande concorrente dos fabricantes brasileiros", diz Liu.

Para Wright, o Brasil se diferencia em aspectos como recursos naturais e gestão de florestas, liderando no planeta em boas práticas

Grandes players brasileiros do setor apostam no país, planejando a abertura de escritórios comerciais e investindo no relacionamento com os clientes da região

Vista de Pudong em Shanghai

Foto: Jui-ming Liting

CHINA

UM GIGANTE EM BUSCA DE PAPEL E CELULOSE

Os inventores do papel no mundo estão dizendo um grande "sim" às empresas brasileiras de celulose e papel. Respondendo por mais de 66% do crescimento da demanda de celulose mundial, os chineses tiveram um incremento de 55,2% nas importações de celulose e papel do Brasil, apenas entre 1995 e 2002, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), relatados em reportagem especial, de 2004, do jornal Gazeta Mercantil. Somente em celulose, o aumento no período foi de 17,5%, com vendas de US\$ 114 milhões. De 2002 para cá, esse ritmo de importações não parou de crescer.

"Essa demanda não tende a ser reduzida nos próximos anos. Pelo contrário. Ela será cada vez mais crescente, pois a China cresce a altas taxas, de forma sustentada, conta com robustas indústrias de papel, com grande produção, e não possui florestas suficientes. A celulose é uma das matérias-primas previstas pelo governo chinês para alavancar o desenvolvimento do país e hoje o Brasil responde por boa parte do fornecimento

dessa matéria-prima à China", ressalta o presidente da Câmara Brasil-China de Desenvolvimento Econômico (CBCDE), Paul Liu, que voltou recentemente da China, com boas perspectivas para a economia do país, "A economia chinesa continuará crescendo nos próximos dez anos, especialmente em função da quantidade de cidades de porte médio que estão num ritmo de crescimento contínuo, devendo alcançar os patamares das grandes cidades chinesas. E se a economia cresce, o setor de celulose e papel também cresce".

Tom Wright, da consultoria britânica Hawkins Wright (provedora de informações estratégicas sobre o mercado internacional de produtos florestais) e autor de diversos estudos sobre a indústria de papel e celulose chinesa, também vê a China como grande oportunidade para as empresas brasileiras. "Em função de seus recursos florestais limitados e suas expansões na capacidade de produção de papel, a China tem hoje uma grande dependência de fibra importada. Os produtores de celulose brasileiros foram muito bem sucedi-

dos em desenvolver este mercado e, em 2007, devem exportar mais de um milhão de toneladas de celulose de eucalipto à China".

Segundo Wright, outro fator que tem impulsionado a demanda da China por celulose, beneficiando o Brasil, é o crescimento das exportações



Paul Liu, presidente da Câmara Brasil-China de Desenvolvimento Econômico

CULTIVAR EUCALIPTOS É MUITO MAIS COMPLEXO
DO QUE SIMPLEMENTE PLANTAR MUDINHAS NA TERRA.



Quem vê uma floresta de eucaliptos não imagina quanta ciência existe por trás de cada árvore plantada. Isso porque a Aracruz não poupa ciência para garantir sua produtividade. A mesma produtividade que assegura milhares de empregos, viabiliza projetos sociais e gera fundos para a pesquisa ambiental. Um bom exemplo da pesquisa revertida em resultados é a clonagem de eucaliptos em escala comercial a partir de árvores superiores. As florestas obtidas com esse programa representaram ganhos em produtividade, em uniformidade e na qualidade da madeira, possibilitando à Aracruz uma diferenciação no mercado mundial. Mas a pesquisa não se limita ao aperfeiçoamento das mudas. Como qualquer cultura agrícola, o plantio de eucaliptos está sujeito ao ataque de pragas e doenças. Para vencê-las sem poluir ou contaminar, a Aracruz adota práticas de controle de mínimo impacto, como o monitoramento sistemático do meio ambiente, o uso de defensivos menos tóxicos e o controle biológico de pragas. Em 2005, por exemplo, foi realizado um importante trabalho de controle biológico para combater o gorgulho-australiano-do-eucalipto (*Gonipterus scutellatus* Gyllenhal), que estava estragando grandes áreas de plantio da Aracruz e de outros produtores rurais. Esse trabalho introduziu na região um inimigo natural da praga, que controlou o mal naturalmente, sem impacto no meio ambiente. A Aracruz sabe que cuidar do que planta é essencial para o seu desempenho. Não é à toa que hoje ela é uma das maiores empresas brasileiras e exporta celulose para diversos países do mundo. Favorecendo a balança comercial, gerando riquezas através de impostos, criando milhares de empregos diretos e indiretos. E fazendo um bonito papel no mundo e para o mundo. Visite o nosso site: www.aracruz.com.br.



ARACRUZ

O BRASIL FAZENDO UM BONITO PAPEL
NO MUNDO INTEIRO.

o melhor do mundo. A lei brasileira de restrição ambiental é a mais restritiva que existe e o setor a cumpre tranquilamente. Se você for a qualquer país, como a Canadá e os EUA, e aplicar a lei brasileira a maioria das fábricas fecha. Mas não somos vistos dessa forma positiva. Temos hoje 2,5 milhões de hectares plantados e 1,5 milhão de hectares de florestas nativas preservadas, que só podem ser preservadas porque temos a área plantada. Se ficasse na mão de terceiros ou do governo, com certeza haveria roubo de madeira, incêndio e uma série de coisas que vemos no resto do mundo. E ninguém faz a propaganda de que o setor tem floresta nativa preservada em meio às suas florestas plantadas. Falta comunicação e é por isso que a Aracruz está buscando reforçar essa dimensão. Eu não me furto mais a falar com os jornalistas. Antigamente eu tinha receio, mas hoje não me furto a falar dos nossos problemas, das nossas realidades, pois temos muitas coisas boas para mostrar. Só em investimento social, a Aracruz investe mais de R\$ 5 milhões por ano. No programa de melhoria de professores são 600 a 700 professores por ano que recebem um "upgrade" na vida profissional. Existem diversos programas de ajuda a crianças menores das periferias das cidades, incluindo aulas e cursos profissionalizantes, para que eles possam ter uma renda. Temos hospital e fundo de pensão, em que a empresa participa com mais da metade do que é necessário para fazer esse fundo funcionar. Existe muita coisa interessante que não é vista – não temos madeira ilegal, nem trabalho infantil.

R.A: Quais são os objetivos da Aracruz a curto e longo prazo?

C.A: O objetivo da Aracruz é crescer. Não no mesmo ritmo que crescemos até agora, porque não temos florestas disponíveis no país, mas continuar ocupando o espaço, porque acreditamos que o hemisfério norte tem custos bastante elevados comparados aos nossos. Nós temos uma árvore aqui que cresce em sete anos, enquanto uma árvore equivalente lá cresce em 50 ou 70 anos; a qualidade do nosso produto com essa árvore é muito superior à do produto deles; o custo de produção aqui é menor, porque investimos em tecnologia para que a árvore pudesse crescer rápido. A Aracruz investe US\$ 4 milhões por ano em pesquisa e desenvolvimento. Com essa diretriz, nosso rendimento florestal já passou de 20 m³/hectares para 40 a 50 m³/hectares. Nosso destino é crescer. Precisamos resolver essas



Panorama da unidade Guaíba, no Rio Grande do Sul

“Nosso destino é exportar e para exportar é preciso cuidar muito da qualidade, investir em inovação, serviços com muita garantia, custo baixo, boa logística e uma base de clientes que sejam fiéis a você e que você seja fiel a eles”

questões que atrapalham o crescimento do país para que possamos ocupar o espaço que está aí “dando sopa” para o Brasil ocupar.

R.A: Como vocês têm lidado com esse cenário adverso do dólar valorizado e de falta de infra-estrutura?

C.A: A logística é um dos itens mais importantes para o setor de celulose e papel, pois envolve o transporte da madeira, que tem custo elevado, e o transporte da celulose para o mundo. Fomos os pioneiros no Brasil a investir em barcaças marítimas – navios do tamanho do Maracanã – para levar nossa madeira do sul da Bahia às nossas fábricas no Espírito Santo, em Aracruz. São quatro barcaças que transportam 50% da madeira que precisamos. Tiramos os caminhões das estradas, reduzimos a questão das emissões atmosféricas, reduzimos a quantidade de acidentes nas estradas e reduzimos nosso custo. Também estamos crescendo com o Portocel, com mais um berço sendo feito; fizemos um ramal ferroviário para trazer madeira de outras regiões para dentro da fábrica; chegamos a fazer 60 km de estradas na Bahia para a Veracel atingir o Porto de Belmonte. Nesse país, você tem que investir em infra-estrutura para funcionar. A Aracruz tem feito a sua parte. O real valorizado como está nos obriga a

encontrar meios de reduzir custos e aumentar a produtividade. De 1994 até agora, temos feito um trabalho fortíssimo de redução de custos e hoje estamos tentando manter esse custo. A inflação de 4,5% que vemos nos jornais não é verdade na vida real. O óleo combustível dobrou de preço, a gasolina dobrou de preço, tudo isso influi no transporte de madeira e de produtos químicos. A energia elétrica também subiu muito no país e agora o salário mínimo subiu 16%. Isso impacta a parte de baixo da pirâmide laboral, que está no campo, principalmente. Socialmente isso é bom, mas isso tem um peso que precisa ser tratado dentro das empresas para aumentar a produtividade e compensar, em partes, esses aumentos que têm acontecido.

R.A: Na sua opinião, qual é a grande estratégia que as empresas de celulose e papel devem adotar para avançar no mercado?

C.A: Acho que o nosso sucesso está na exportação, até porque o mercado interno é muito pequeno. O mercado interno não tem mais condições de absorver o tamanho das fábricas que estão surgindo. Para chegar a absorver, vai levar muitos anos porque a renda per capita do país tem que passar para US\$ 15 mil para consumir 200 kg de papel por pessoa ao ano. Nós estamos muito longe disso. Nosso destino é exportar e para exportar é preciso cuidar muito da qualidade, investir em inovação, serviços com muita garantia, custo baixo, boa logística e uma base de clientes que sejam fiéis a você e que você seja fiel a eles. Essa fidelização de clientes também é algo fundamental para o futuro do nosso setor. Se o Brasil crescer, mais fábricas vão fechar no Canadá e nos EUA. Nós oferecemos produto de qualidade a preços melhores que os deles. É preciso aproveitar essa oportunidade e ao mesmo tempo trabalhar para que o país também faça o dever de casa. Hoje a Aracruz tem o custo de capital mais baixo dos últimos dez anos. Muito trabalho foi nosso. E esse custo só não é menor por conta do risco-Brasil, que precisa diminuir. ■

Revista ANAVE: Qual é o posicionamento da Aracruz Celulose no mercado brasileiro?

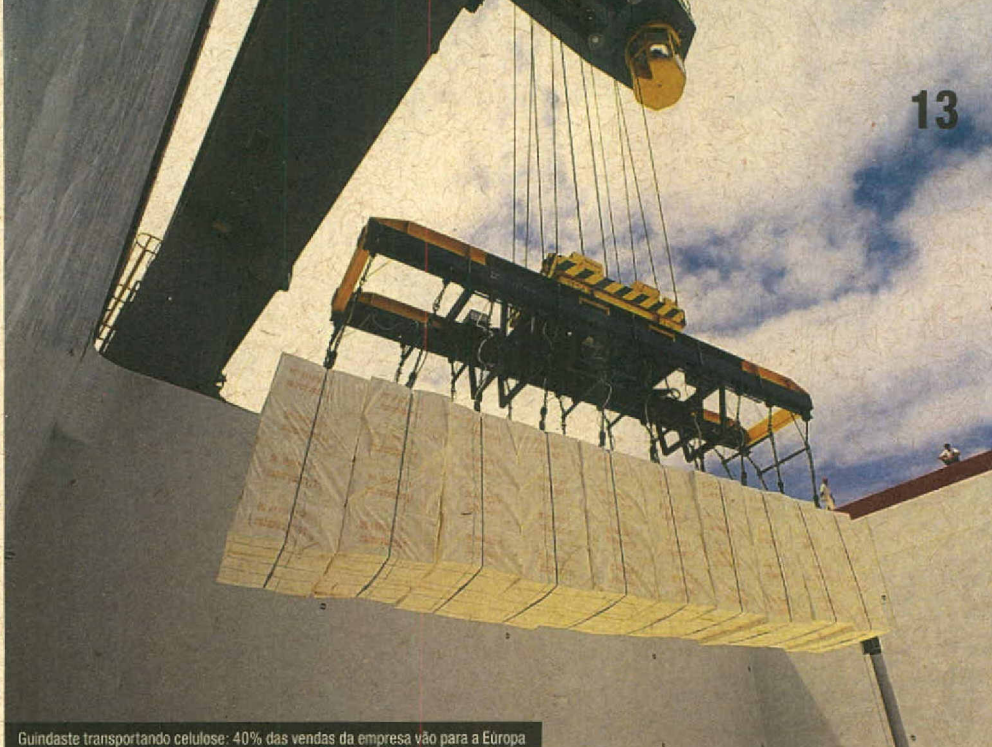
Carlos Aguiar: A Aracruz, nos últimos dez anos, cresceu a uma taxa em torno de 10% ao ano, ocupando posição de liderança no setor de celulose de mercado de eucalipto branqueada. A empresa tem buscado essa liderança com produtividade e competitividade, e nossa meta é continuar aumentando valor para os acionistas e investidores, ocupando nosso nicho de mercado.

R.A: A empresa está bem posicionada no mercado internacional?

C.A: Na celulose de eucalipto estamos bem posicionados, pois há uma boa distribuição das nossas vendas – 40% vai para a Europa, cerca de 38% para os EUA e cerca de 23% para a Ásia. Mas a empresa ainda é pequena no mundo de celulose e papel. Enquanto temos faturamento de US\$ 1,5 bilhão, há empresas, inclusive sócias nossas como a Stora Enso, que estão na casa dos US\$ 20 bilhões. Então, acho que o Brasil ainda tem muito o que crescer para ocupar um espaço no mercado mundial.

R.A: Quais são os maiores desafios para a indústria nacional de celulose e papel?

C.A: Existem vários. Um deles é a escala para competir mundialmente, o que estamos buscando. As empresas estão crescendo, tentando alcançar essa condição, porque só com escala é possível defender seu mercado. Internamente, temos a questão do câmbio, que é preocupante. À medida em que você valoriza demais a moeda local, seus custos em dólar ficam mais altos, e o preço de vendas não é feito em reais, mas em dólares. Outro problema sério no Brasil é a questão fundiária. A indústria de celulose e papel depende de plantios, de florestas próprias ou através de terceiros, e hoje há uma certa incompreensão de parte da inteligência do país nessa questão de florestas plantadas. Evidentemente, as empresas têm sofrido invasões e diversos tipos de problemas que geram aumento de custo e culminam na perda de imagem do setor no mundo. Quando os problemas acontecem aqui, imediatamente eles são levados por ONGs internacionais até os nossos clientes. No nosso caso, que temos uma disputa com índios, que reivindicam expansão da reserva indígena tupiniquim em terras de propriedade da Aracruz no Espírito Santo, eles [índios] foram protestar na porta dos nossos clientes na Alemanha e nos EUA. Isso implica que daqui a pouco podemos perder esses clientes que, se sa-



Guindaste transportando celulose: 40% das vendas da empresa vão para a Europa

írem da Aracruz, com certeza não vão para outra empresa brasileira porque sabem que o processo só vai ser mudado para outra empresa. Então, eles vão procurar saídas fora do país.

“A indústria de celulose e papel depende de plantios, de florestas próprias ou através de terceiros, e hoje há uma certa incompreensão de parte da inteligência do país nessa questão de florestas plantadas. É preciso ter uma política mais clara, é preciso distinguir movimento social de movimento de agressão, pois hoje estão misturando as coisas no país”

R.A: A empresa conseguiu se recuperar da invasão, ocorrida em março, às instalações do Horto Florestal da Fazenda Barba Negra, em Barra do Ribeiro (RS), por militantes da Via Campesina?

C.A: A parte material, referente às instalações do laboratório, já está recuperada. Mas o que perdemos em termos de sementes, que levaram entre 15 e 20 anos para serem desenvolvidas, é irrecuperável. Isso vai influenciar na produtividade de florestas novas que estão sendo constantemente

plantadas. É lamentável uma situação desse tipo, mas, infelizmente, é a realidade hoje do país, e isso vem reduzir a nossa competitividade.

R.A: Na sua opinião, o governo precisa ter um posicionamento mais incisivo nessa questão?

C.A: Sim. Acho que é preciso ter uma política mais clara, é preciso distinguir movimento social de movimento de agressão, pois hoje estão misturando as coisas no país. Sabemos que a questão da terra aqui é um tabu. O MST e os movimentos sociais querem terra, mas é preciso que haja, por parte do governo, uma ordenação, para que acabe com essa guerra desnecessária. O setor brasileiro de florestas plantadas só tem 5 milhões de hectares; temos 900 milhões de hectares abandonados no país. A agricultura tem 60 milhões de hectares, a pecuária tem 200 milhões, e florestas plantadas são só 5 milhões. Além disso, o próprio setor tem que falar mais; tem que mostrar seus dilemas e suas virtudes. A Aracruz começou uma campanha nacional na televisão e nas principais revistas do país, buscando reforçar sua imagem, porque chegamos à conclusão de que um setor de tamanha importância como esse, altamente exportador, que gera US\$ 7 bilhões de exportação, tem de ser mais conhecido por todos os brasileiros.

R.A: Falta, então, um trabalho de comunicação das empresas, no sentido de esclarecer a sociedade?

C.A: Sim. Esse é um dos grandes problemas da nossa indústria, assim como de muitos outros setores que produzem commodities: nos comunicamos mal e pouco, falamos pouco com jornalistas, sendo que o setor de papel precisa ter um acesso fácil à imprensa. É um setor que investe muito em pesquisa e no social. O setor de celulose e papel do Brasil talvez seja

Carlos Aguiar, presidente da **Aracruz** Celulose

CEO de uma das principais indústrias brasileiras de celulose fala sobre os objetivos da empresa e aposta na comunicação com a sociedade

Em março de 2006, o Brasil se comoveu com um dos maiores atentados à inteligência científica nacional. Os laboratórios de pesquisa da Aracruz Celulose no Horto Florestal da Fazenda Barba Negra, em Barra do Ribeiro (RS), foram invadidos e, em boa parte, destruídos por militantes da Via Campesina, organização internacional ligada ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Mas a empresa mostrou sua força, dando a volta por cima. Tem lutado para superar os prejuízos causados pelo incidente e já retomou as atividades de pesquisa, que se apresentam como um dos fatores que a destacam como líder mundial na produção de celulose branqueada de eucalipto. Nesta entrevista, seu presidente, Carlos Aguiar, relembra o episódio, apontando a necessidade de um posicionamento mais incisivo das autoridades, no sentido de distinguir movimentos sociais de movimentos de agressão, cujas práticas são inaceitáveis. O CEO expõe ainda os objetivos da empresa a curto e longo prazo, as estratégias que ela tem adotado para se diferenciar no mercado brasileiro e internacional, e a aposta que a companhia faz na comunicação como melhor caminho para mostrar as ações positivas da indústria de celulose e papel à sociedade.

Carlos Aguiar, presidente da Aracruz Celulose



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

REGISTRO ESPECIAL DA RECEITA FEDERAL PARA PAPEL IMUNE REFLETE DISTORÇÕES DO MERCADO

O NewsPaper - Informativo Setorial Andipa - fez levantamento junto ao site da Secretaria da Receita Federal para conhecer o universo e o perfil das empresas detentoras de registro especial para papel com imunidade tributária. Os dados estão disponíveis ao público para consultas, tanto por categoria em ordem alfabética, quanto por CNPJ, e foram obtidos em 18 de outubro, apenas cinco dias após a data de publicação do ADE (Ato Declaratório Executivo) mais recente, publicado em 13/10/2006 pela Delegacia da Receita Federal de Porto Alegre.

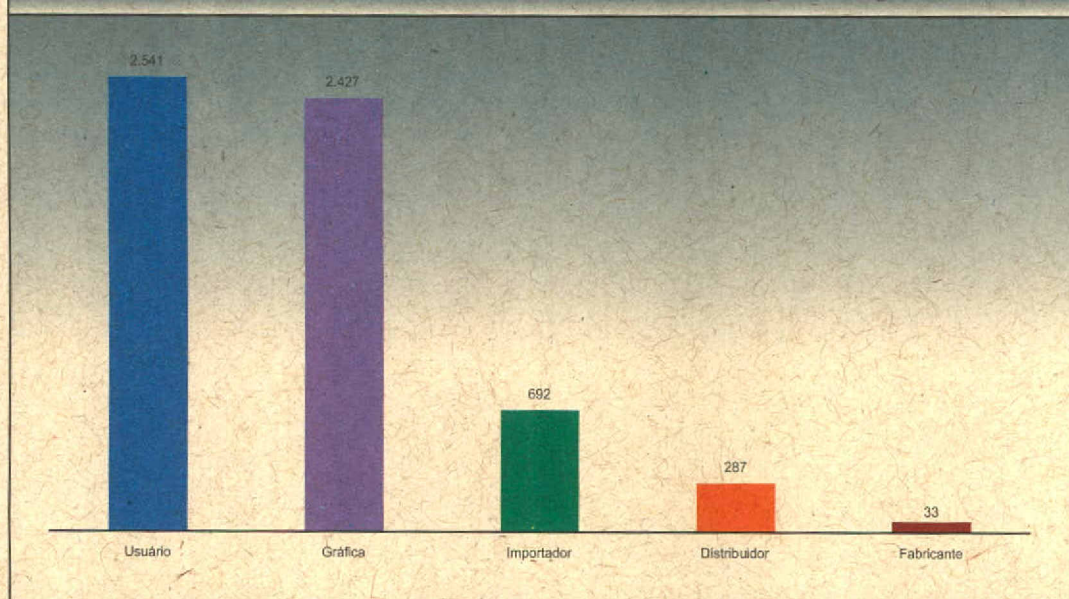
Ao todo, a Receita Federal emitiu e mantém ativos até a data da consulta 5.980 registros nas cinco catego-

rias, sendo: 2.541 como Usuário; 2.427 como Gráfica; 692 como Importador; 287 como Distribuidor; e 33 como Fabricante (veja Gráfico 1). A inscrição de registro especial para papel imune é obrigatória desde 1977, de acordo com o art 1º do decreto-lei nº 1.593, de 21 de dezembro daquele ano. Mas, a Instrução Normativa da Secretaria da Receita Federal nº 101, de 21 de dezembro de 2001, redefiniu as categorias e os procedimentos para inscrição no regime especial, bem como instituiu a obrigatoriedade da apresentação da Declaração Especial de Informações Relativas ao Controle do Papel Imune (DIF - Papel Imune).

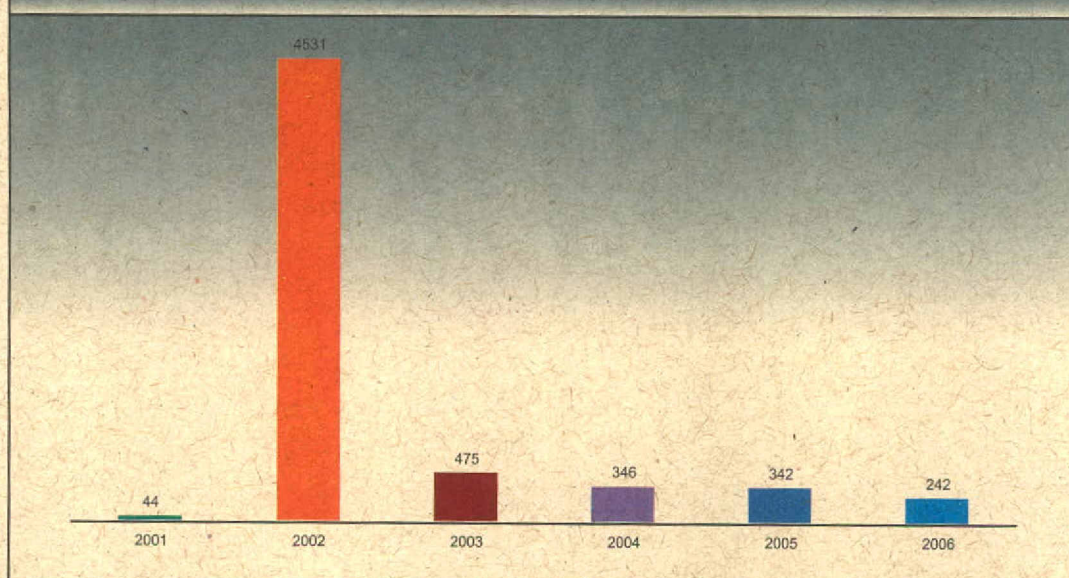
As inclusões anuais mostram que o número de ADE's cresceu 24% nos últimos quatro anos, após a implantação

ESTUDO DIVULGADO NA EDIÇÃO DE NOVEMBRO DO NEWSPAPER, O INFORMATIVO SETORIAL DA ANDIPA, CEDIDO GENTILMENTE PELA ENTIDADE PARA PUBLICAÇÃO NA REVISTA ANAVE

Número de Registros Especiais para Papel Imune por categoria



Concessão Anual de ADE's



Fonte: Receita Federal

das novas normas. De 1º de janeiro a 13 de outubro de 2006 foram concedidos 242 novos registros especiais; em 2005 foram 342; no ano anterior foram 346; em 2003 foram 475; e a maior parte (4.531) foi expedida em 2002, ano em que passou a vigorar a nova legislação, sendo que em dezembro de 2001 foram 44 (veja Gráfico 2).

Os 5.980 registros correspondem a 4.586 diferentes CNPJ's, que incluem as filiais das empresas. Destes, 1.394 registros especiais foram emitidos para empresas que estão inscritas em mais de uma categoria. De acordo com a lei, a empresa que exercer mais de uma atividade relacionada ao papel imune de impostos deverá necessariamente possuir registro especial específico para cada atividade. Em função disto, empresas que são gráficas e editoras, por exemplo, podem ter dois registros. Assim como distribuidor e importador, ou ainda editora ou gráfica e importadora. Além disto, a legislação determina que, para obter o registro especial como Gráfica, Usuário ou Fabricante, a empresa precisa comprovar que "dispõe das instalações industriais necessárias ao exercício de sua atividade".

A legislação define como "usuário, empresa jornalística ou editora que explore a indústria de livro, jornal ou periódico" – conforme previsto no § 1º do art. 1º, da Instrução Normativa da Secretaria da Receita Federal nº 101, de 21 de dezembro de 2001. A legislação ainda determina que a categoria Gráfica é composta pelo "impressor que recebe papel adquirido com imunidade tributária".

MAPA POR ATIVIDADE

Reclassificando os dados da Receita por atividade, foi possível chegar a um mapa mais detalhado das empresas que atuam, ou pelo menos se declararam à Receita

Federal, como Distribuidor de papel imune de impostos (veja Gráfico 3). Dos 2.541 registros como Usuário, 1.531 foram concedidos para empresas apenas nesta categoria, outros 983 registros pertencem a empresas que têm inscrição também como Gráfica ou Importador. Ou seja, 2.514 registros correspondem a atividades pertinentes ao setor editorial e gráfico, já que muitas empresas são gráficas e editoras. Com isso, pode-se apurar que, das empresas inscritas como Usuário, 27 também solicitaram registro especial como Distribuidor.

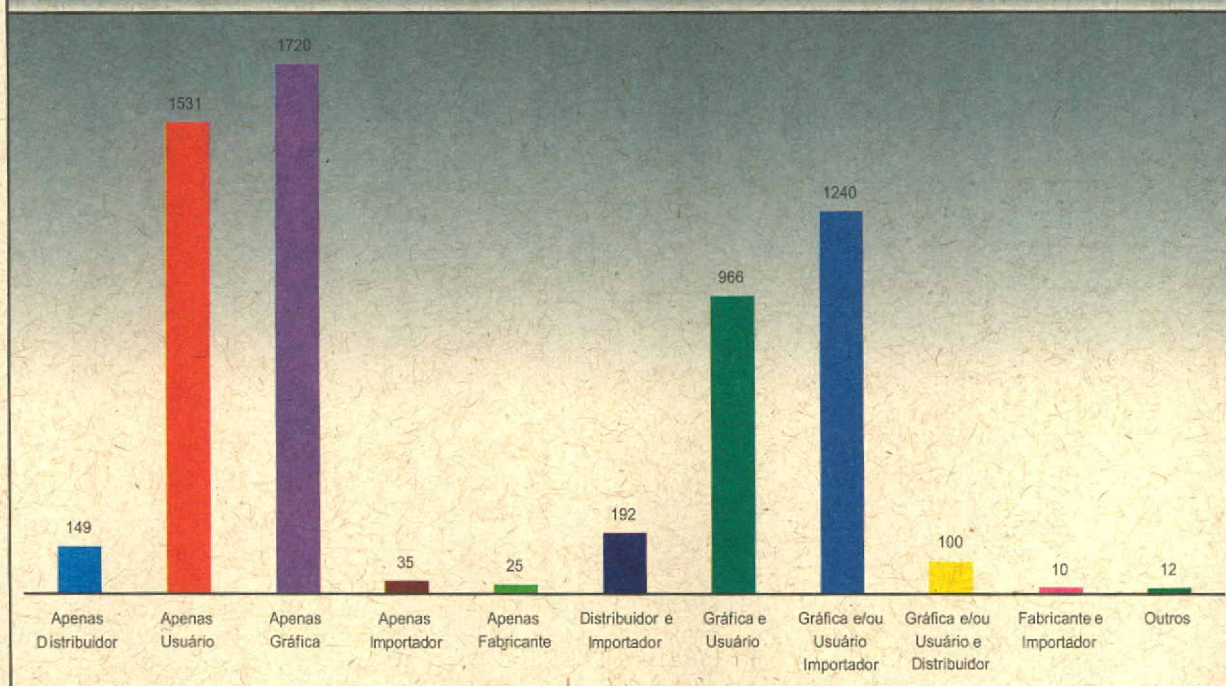
Dos 2.427 registros emitidos na categoria Gráfica, 1.720 foram concedidos para empresas com registro exclusivo para sua atividade fim. Dentre os inscritos como Gráfica, estão 689 empresas que também possuem registro especial como Usuário ou Importador. Outras 18 também solicitaram à Receita Federal registro como Distribuidor.

Com isso, temos 45 empresas que figuram nas categorias de Gráfica e Usuário que também detêm documento legal que lhes permite comercializar papel imune, como Distribuidor, sem, no entanto, serem oficialmente reconhecidas pelos fabricantes como distribuidor. Desta forma, atuam sem qualquer acompanhamento tornando-se terreno farto para práticas ilícitas, que estão corrompendo o setor de papel, como vem alertando a ANDIPA.

A lista de empresas que explicitamente se declaram Distribuidor sem de fato terem sido nomeadas pelos fabricantes não se restringe a estas. Há pelo menos 20 empresas que têm apenas um registro junto à Receita Federal e o solicitaram como Distribuidor, mesmo tendo razão social claramente definida como gráfica ou editora. Outras três empresas também facilmente identificadas como gráfica ou editora pediram registro especial apenas



Número de ADE's por Registro de Atividade



como Distribuidor e Importador de papel editorial. Este detalhamento mostra que pelo menos 68 dos 287 registros especiais emitidos na categoria Distribuidor pertencem a empresas dos segmentos gráficos e editorial.

Em recente esforço conjunto, fabricantes nacionais e distribuidores oficialmente nomeados pelas indústrias promoveram a redução do número de distribuidores autorizados a comercializarem papel com imunidade tributária com o intuito de obter maior controle sobre a devida destinação editorial do papel. Em 2005 eram 35 distribuidores autorizados pelas fábricas nacionais para venda de offset imune de impostos, hoje são 19, conforme relação atualizada em agosto pelos fabricantes que fazem parte do Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial.

Quando comparamos este dado ao número de ADE's concedidas pela Receita Federal na categoria Distribuidor vemos uma enorme dissonância. Enquanto distribuidores autorizados, que respondem apenas por cerca de um terço do papel comercializado com imunidade tributária, fazem um enorme esforço de controle do desvio, o mercado segue sendo abastecido através de canais de distribuição não oficialmente autorizados pelos fabricantes, mas com a anuência da Receita Federal.

Isto torna aparente a distorção provocada pelo grande número de gráficas e editoras que atuam como distribuidores de papel. Esta constatação sugere que estas empresas estariam comprando direto de fábrica, pois de outra forma não haveria viabilidade econômica para a operação.

Muito embora a participação no número de ADE's concedidos aos fabricantes represente apenas 1% do

total geral, é importante notar que o papel imune é produzido por estas empresas, que comercializam diretamente ao mercado 62% da produção nacional de off set imune e quase 60% da produção doméstica de papel couché com imunidade tributária, além de outros tipos de papéis.

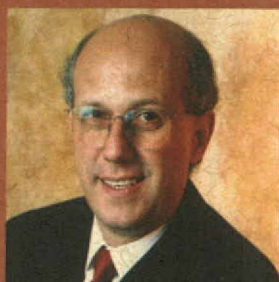
A evasão fiscal do papel imune não é apenas um problema do fisco federal, ela penaliza ainda mais as receitas estaduais, que deixam de arrecadar o que é devido na comercialização de papéis para fins comerciais, já que parte do mercado está sendo abastecida irregularmente com papel com imunidade tributária. De acordo com o presidente da ANDIPA, Andrés Romero, o volume evadido apenas no estado de São Paulo com a comercialização indevida, apenas nos papéis offset e couché imunes, é da ordem de R\$ 29 milhões para o período de janeiro a setembro de 2006. Este cálculo está apoiado na estatística declarada pela indústria gráfica de que apenas 24% do seu faturamento vêm do mercado editorial.

Sensibilizados com a grande perda de arrecadação provocada pelo ilícito do desvio da finalidade do papel com imunidade tributária, os estados passaram a atuar na repressão e estudam a criação de uma obrigação acessória nos mesmos moldes da DIF federal como fator de maior controle. Esta alternativa traria ainda mais uma burocracia para os empresários, mas tem o privilégio de aproximar o fisco estadual da prática de evasão fiscal envolvida na comercialização do papel imune.

A Andipa chama ainda a atenção para o fato de que com tantos procedimentos contaminados fica impossível para o distribuidor lucrar e investir na modernização, profissionalização e agregação de valor na cadeia do setor.

QUAL É A SOLUÇÃO PARA O PROBLEMA DO PAPEL IMPORTADO COM FINS EDITORIAIS QUE É DESVIADO PARA O USO COMERCIAL?

MÁRIO CÉSAR DE CAMARGO,
PRESIDENTE DA ABIGRAF



“O problema não é somente do papel importado, mas também do nacional, que igualmente sofre desvio para usos comerciais. Há vários caminhos técnicos e políticos, mas a Abigraf encontra sérias resistências, de vários públicos. Vejamos:

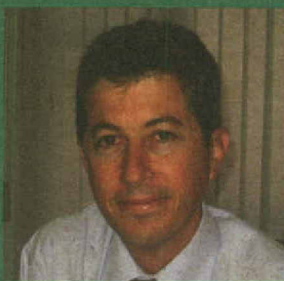
- O papel poderia ser taxado, tanto o comercial como o editorial, por uma reduzida alíquota. Como a diferença hoje representa mais de 35% entre o comercial e o editorial, o crime compensa. Se tivéssemos uma alíquota universal, digamos de 2% ou 3% sobre todos os tipos de papéis. A atratividade seria nula. Os editores de jornais, revistas e livros, que gozam da imunidade, nem querem abordar essa possibilidade, alegando ser direito adquirido desde a Constituição de 1946, o famoso artigo 150, alínea “d”, da Carta Magna.
- O papel poderia ser taxado pelas alíquotas atuais, no momento da compra, estornando-se o valor do imposto, quando da entrega do produto. Portanto, na entrega física do produto, se fosse livro, jornal ou revista, o imposto nem seria recolhido, efetivado somente se fosse produto comercial. Essa alternativa, além da antipatia dos editores, conta também com a desconfiança dos gráficos, papeleiros e quase todos os outros públicos, por uma razão simples: nenhum deles confia nos programas de renúncia fiscal do governo. E a história recente dos programas tributários no Brasil comprova essa desconfiança.
- A Abigraf, juntamente com a Bracelpa e a Andipa, sugeriu, e a Receita Federal acatou, o programa de controle especial do papel imune, a famosa Instrução Normativa. A ideia era luminosa: controlar, através de relatórios trimestrais, o fluxo da matéria-prima desde o fabricante até o consumidor final. Os relatórios dos papeleiros

seriam confrontados com os distribuidores, com os gráficos e com os consumidores finais. Num primeiro momento, funcionou: a introdução do controle reduziu a pirataria. Num segundo momento, foram punidas as empresas inadimplentes com as declarações, por inadimplência acessória na informação tributária: receberam multas extraordinárias por não completarem os relatórios. Com isso, o número de empresas cadastradas foi reduzido significativamente.

O processo, todavia, parou aí. A Receita Federal alega que não tem efetivo para controlar o desvio, e temos observado o ressurgimento dos índices de sonegação. O curioso é que todo o mercado sabe quem são os potenciais infratores, pelos preços notoriamente inferiores aos da concorrência, mas ninguém consegue documentação para provar.

Quando consultado por uma grande empresa, consumidora de papel como cliente final, como poderia assegurar que sua gráfica usasse papel comercial, minha única sugestão foi: compre você mesmo o papel. É um tiro no pé do setor gráfico, pois rouba faturamento e alavancagem financeira, mas o processo de controle hoje está desacreditado. Enquanto não houver uma ação efetiva da Receita punindo os infratores, o crime compensará”.

ANDRÉS ROMERO,
PRESIDENTE DA ANDIPA



“Já estamos convivendo com o desvio de finalidade do papel com imunidade tributária há muitos anos e hoje o papel importado preocupa por estar atingindo volumes importantes, mas não deveria preocupar mais ou menos do que o desvio do papel nacional, pois é apenas uma outra face do mesmo problema. Em que pese a solução do desvio de finalidade ser a mesma nos dois casos, estamos diante de um tema de solução complexa, pois qualquer proposta implica em retirar todos

deste mercado da zona de conforto criada para lidar com o problema e não para solucioná-lo. De qualquer forma, a busca por um ambiente competitivo livre da distorção que o desvio provoca é uma preocupação permanente. Acreditamos que o desvio do papel importado está servindo de acelerador do desconforto necessário para que se possa lidar com o problema de forma conjunta e construtiva. Existem diversas propostas em debate nas associações. Na Andipa, criamos o conselho setorial do papel gráfico e editorial para catalisar esta discussão e avançar na busca de soluções para o problema. Neste sentido, consideramos crucial e urgente um recadastramento das empresas habilitadas a comercializar, imprimir e consumir papel imune”.

MARIO HIGINO LEONEL,
DIRETOR EXECUTIVO DA BRACELPA



“A fiscalização mais rigorosa durante as diversas etapas da cadeia de comercialização do papel imune – da importação à utilização final – é essencial para a solução do problema. Nesse sentido, a Bracelpa, em defesa das empresas associadas e de seus clientes, solicitou recentemente ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, em conjunto com a Andipa e a Abigraf, que especifique o destino do papel importado. Além disso, temos apoiado as ações de fiscalização das Receitas Federal e Estadual junto à cadeia de consumo do papel imune para apurar eventuais desvios no uso do produto.

Como parte desse esforço, desenvolvemos um conjunto de relatórios para consolidar informações sobre comercialização e uso desse tipo de papel, bem como promovemos uma campanha de esclarecimento para ajudar o setor a combater a prática ilegal que representa prejuízo para o governo e para a sociedade”.

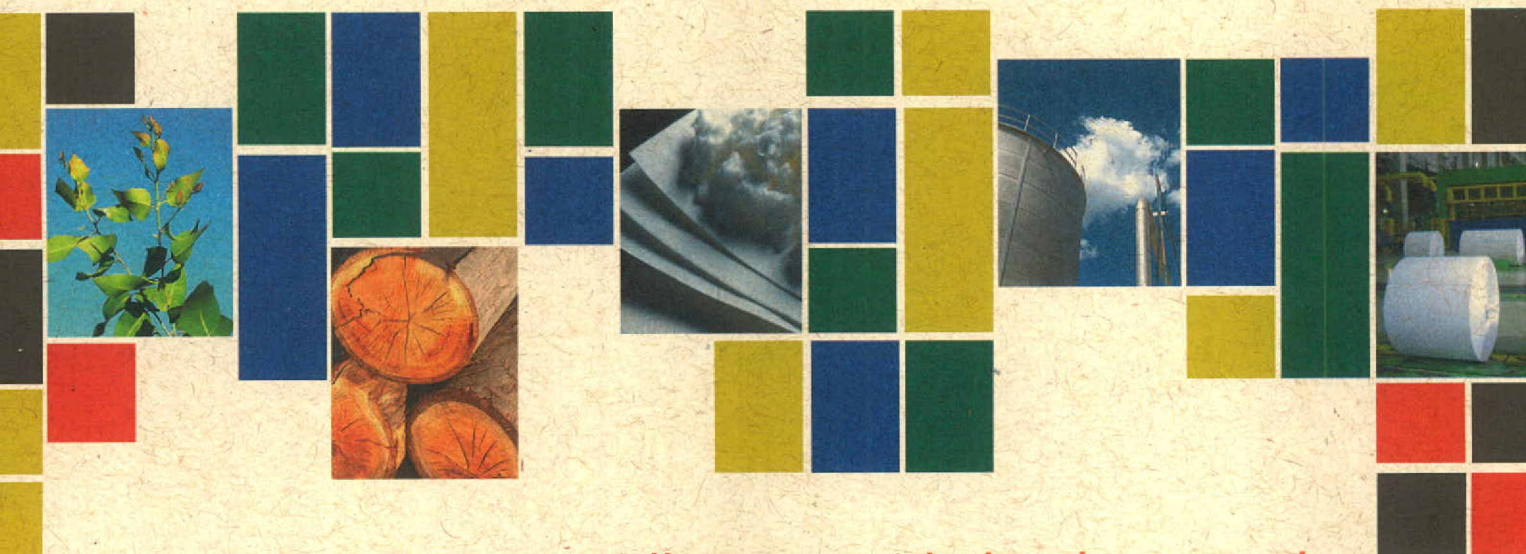


ABTCP-ZELLCHEMING 2007

40º CONGRESSO E EXPOSIÇÃO
INTERNACIONAL DE CELULOSE E PAPEL

40º PULP AND PAPER INTERNATIONAL
CONGRESS & EXHIBITION

Reserve seu espaço
no maior evento do setor
de papel e celulose da América Latina,



e esteja entre as melhores novidades do mercado

DE 15 A 18 DE OUTUBRO DE 2007

TRANSAMÉRICA EXPO CENTER - SÃO PAULO

- mais de 250 expositores • 15.000 visitas • 20.000 m² para montagem de estandes •
- salas para workshops • mídias inovadoras para a divulgação de sua marca •

Mais informações: www.abtcp.org.br

Centro de Convenção
Convention Center

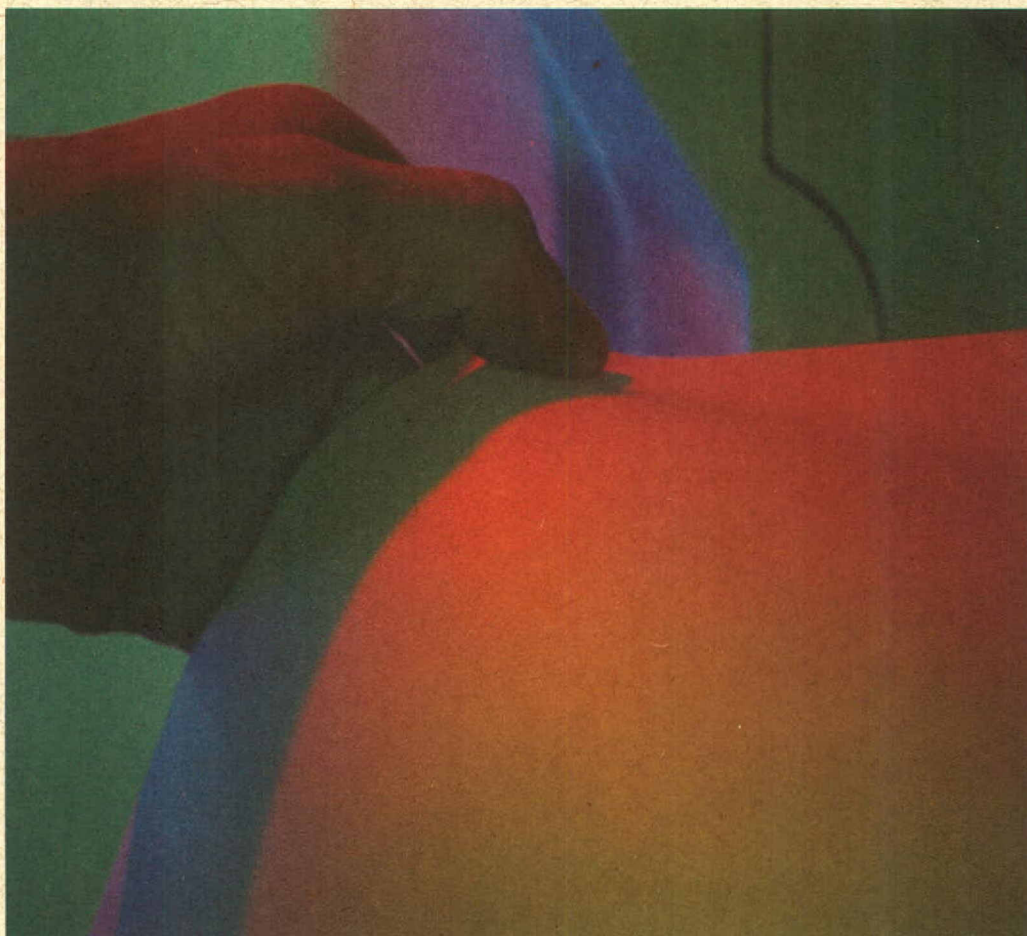


Realização
Arranged by



Co-realização
Co-sponsor





Inter-relacionamento tinta-papel

Parte 2 de 2

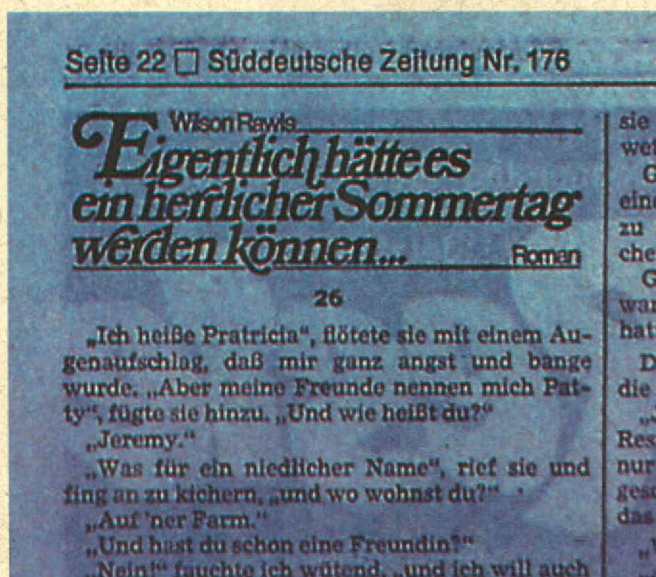
(ink-paper inter-relationship)

Quando se fala de printabilidade (conjunto de atributos dos papéis e das tintas de impressão relativos à qualidade do produto impresso), a tinta e o papel tornam-se parceiros inseparáveis e devem ser analisados em conjunto.

Nesta segunda e última parte sobre o inter-relacionamento tinta-papel, continuamos a análise individual das propriedades de cada um desses elementos, mas que pouco diz respeito ao resultado esperado na impressão. Considerados em conjunto, é possível prever, em muitos casos, se o resultado esperado poderá ser alcançado.

TRANSPARÊNCIA DO IMPRESSO

A transparência do impresso é o resultado da ação combinada de dois fenômenos: falta de opacidade do papel e atravessamento da tinta. A opacidade depende da composição e do grau de calandragem do papel. A penetração da tinta depende de tinta e papel. Trata-se de um problema complexo: o pigmento da tinta pode penetrar profundamente nos poros do papel; a tinta pode conter corantes solúveis que acompanharam o veículo; o veículo, embora incolor, impregna o papel tornando-o transparente (fig. 1).



1 - Transparência do impresso causada por atravessamento da tinta e falta de opacidade do papel

SUSPENSÃO DA EXIGÊNCIA DA CONTRIBUIÇÃO PARA O PIS E DA COFINS NA AQUISIÇÃO DE MÁQUINAS PARA PRODUZIR PAPÉIS



KANAMARU e CRESCENTI

Advogados & Consultores

A Secretaria da Receita Federal finalmente regulamentou o artigo 55 da Lei nº 11.196/05, que teve sua origem na chamada “MP do Bem”. A regulamentação via Decreto nº 5.881, de 31 de agosto de 2006, e Instrução Normativa SRF nº 675, de 14 de setembro de 2006 (publicada no Diário Oficial da União de 26 de setembro de 2006), estabelece os procedimentos para a habilitação no regime de suspensão da exigibilidade das contribuições incidentes na venda ou na importação de máquinas e equipamentos utilizados na fabricação de papéis destinados à impressão de jornais e periódicos.

A venda ou a importação das máquinas e equipamentos classificados na posição 84.39 da Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, utilizados na fabricação de papel, será efetuada com suspensão da exigência da contribuição para o PIS e da COFINS, incidentes sobre a receita de venda no mercado interno e da contribuição para o PIS-Importação e da COFINS-Importação, quando os referidos

bens forem, respectivamente, adquiridos ou importados por empresa industrial habilitada ao regime para incorporação ao seu ativo imobilizado.

A suspensão da exigibilidade das contribuições em referência aplica-se somente no caso de aquisições ou importações de máquinas e equipamentos a serem utilizados na produção de papéis destinados à impressão de jornais ou de papéis, destinados à impressão de periódicos, classificados nos códigos 4801.00.10, 4801.00.90, 4802.61.91, 4802.61.99, 4810.19.89 e 4810.22.90, todos da TIPI, e efetuadas até 30 de abril de 2008 ou até que a produção nacional desses papéis atenda a 80% (oitenta por cento) do consumo interno.

Nas notas fiscais relativas às vendas efetuadas com a suspensão deverá constar a expressão “Venda efetuada com suspensão da exigência da Contribuição para o PIS/PASEP e da COFINS”, com a especificação do dispositivo legal correspondente e do número do ato que concedeu

a habilitação ao adquirente. Somente a empresa previamente habilitada pela Receita Federal é beneficiária do regime de suspensão aqui tratado.

A habilitação somente poderá ser requerida pela empresa fabricante dos papéis destinados à impressão de jornais e periódicos classificados nos códigos da TIPI citados acima; e que auferir, com a venda desses papéis, valor igual ou superior a 80% (oitenta por cento) da sua receita total de venda de papéis.

O percentual de vendas de 80% (oitenta por cento) mencionado logo acima será apurado: (i) após excluídos os tributos incidentes sobre a venda; (ii) considerando-se a média obtida a partir do início de utilização do bem adquirido com suspensão, durante o período de 18 meses; e (iii) considerando-se as receitas de todos os estabelecimentos da empresa. O prazo de início de utilização do bem não poderá ser superior a três anos, contados a partir de sua aquisição.

A suspensão da exigibilidade das contribuições converte-se em alíquota zero após cumprida a condição do percentual de vendas, observados os prazos logo acima citados.

Não poderá se habilitar ao regime de suspensão a empresa que tenha suas receitas, no todo ou em parte, submetidas ao regime de incidência cumulativa do PIS e da COFINS; optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte - SIMPLES; ou em situação irregular em relação aos tributos administrados pela Receita Federal.

A habilitação ao regime de suspensão deve ser requerida por meio do formulário de "Solicitação e Habilitação e Termo de Compromisso" e apresentada à Delegacia da Receita Federal (DRF) ou à Delegacia da Receita Federal de Administração Tributária (Derat) com jurisdição sobre o estabelecimento matriz da empresa, acompanhado dos seguintes documentos: (i) declaração de empresário ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, no caso de sociedade empresária, e os documentos que atestem o mandato de seus administradores, no caso de sociedade por ações; (ii) indicação do titular da empresa ou relação dos sócios, pessoas

físicas, diretores, gerentes, administradores e procuradores, com indicação do número de inscrição no CPF e respectivos endereços; e (iii) relação das pessoas jurídicas sócias, com indicação do número de inscrição no CNPJ, bem como de seus respectivos sócios, pessoas físicas, diretores, gerentes, administradores e procuradores, com indicação do número de inscrição no CPF e respectivos endereços.

Após proceder ao exame do pedido e proferir decisão favorável ao contribuinte, a habilitação será concedida por meio de Ato Declaratório Executivo (ADE) emitido pelo Delegado da DRF ou da Derat e publicado no Diário Oficial da União. O ato será emitido para o número do CNPJ do estabelecimento matriz e aplica-se a todos os estabelecimentos da empresa requerente. A relação das empresas habilitadas a operar o regime de suspensão será disponibilizada na página da Receita Federal na Internet no endereço www.receita.fazenda.gov.br.

A empresa habilitada a efetuar aquisições e importações no regime de suspensão da exigibilidade aqui tratado fica obrigada a recolher as contribuições não pagas em decorrência dessa suspensão, bem como juros e multa, na forma da lei, contados a partir da data de aquisição dos bens ou do registro da declaração da importação nos casos de não efetuar a incorporação ao seu ativo imobilizado do bem; ou revender o bem imobilizado antes da conversão a zero das alíquotas, na forma descrita anteriormente.

Na hipótese de não ser alcançado o percentual de vendas de 80%, incidirá, isoladamente, multa proporcionalmente à diferença entre esse percentual exigido e o efetivamente alcançado.

A aquisição no mercado interno ou a importação de bens com o benefício da suspensão não gera, para o adquirente, direito ao desconto de créditos apurados na forma do regime de incidência não-cumulativa do PIS e da COFINS. No entanto, a suspensão da exigibilidade das contribuições não impede a manutenção e utilização dos créditos pela empresa vendedora, também pela sistemática não-cumulativa.

www.kanamaru.com.br

Para uma avaliação correta da transparência, portanto, é necessário determinar a opacidade do papel e a penetração da tinta. A opacidade do papel pode ser expressa pela diferença entre a densidade óptica de uma folha colocada sobre um fundo preto e a densidade óptica da mesma folha colocada sobre um maço de folhas do mesmo papel.

A transparência do impresso pode ser definida pelo aumento da densidade óptica no verso de uma folha impressa com tinta preta. A determinação é feita zerando o densitômetro de reflexão numa área não-impressa do papel — que deverá estar apoiada sobre um maço de folhas do mesmo papel — e medindo a densidade de reflexão no verso da área impressa, 24 horas após a impressão.

A transparência (T) pode ser expressa pela diferença entre a densidade óptica do papel branco (D_p) e a densidade óptica do papel impresso (D_i):

$$T = D_i - D_p$$

CONTRASTE DE IMPRESSÃO

O contraste expressa a condição de se conseguir alta definição de imagem nas áreas de sombra da reprodução, compreendidas no intervalo entre 75% e 100% de ponto. Em outras palavras, o contraste indica a amplitude de valores tonais obtidos nas áreas com porcentagem de ponto acima de 75%.

É desejável que o contraste seja o mais elevado possível. Quando isso não acontece, existem indícios de distúrbios na impressão que devem ser averiguados: ganho-de-ponto, entupimento dos pontos reticulares, baixa saturação, entre outros.

O contraste de impressão (C) é calculado pela relação entre a densidade de reflexão do sólido (D_s) e a densidade de reflexão do estepe de 75% de ponto (D_{75}), tomadas numa escala de controle:

$$C(\%) = \frac{D_s - D_{75}}{D_s} \times 100$$

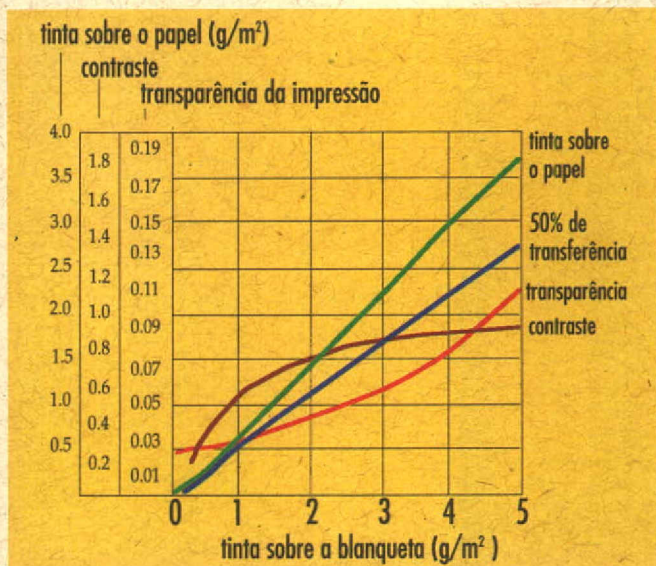
RECEPTIVIDADE DO SUPORTE

A associação de diversos parâmetros citados anteriormente permite expressar alguns índices de printabilidade de um determinado par tinta-papel (figura 2).

Se, num mesmo diagrama, forem plotados a quantidade de tinta sobre a blanqueta antes do contato com o papel (g/m^2), no eixo das abscissas (x), e a quantidade de tinta transferida para o papel (g/m^2), o contraste de impressão (%) e a transparência do impresso, no eixo das ordenadas (y), fica fácil, por interpolação, prever o comportamento do papel com respeito à receptividade da tinta.

RESISTÊNCIA AO ARRANCAMENTO

O arrancamento é um fenômeno que acontece quando a resistência superficial do papel é inferior à força de separação da película de tinta entre



2 - Índices de printabilidade tinta X papel

a blanqueta e o papel. A ação é tanto mais acentuada quanto maiores forem o *tack* da tinta, a pressão de impressão e a velocidade da máquina impressora.

Dependendo da intensidade, recebe diferentes designações: arrepe-lamento, arrancamento ou delaminação. Em qualquer caso, a qualidade do impresso é prejudicada, apresentando pontos brancos nas áreas de grafismo. As partículas arrancadas prendem-se e acumulam-se sobre a blanqueta e a chapa, e são transferidas para os sistemas de molhagem e tintagem, provocando uma série de transtornos.

A resistência do papel ao arrancamento pode ser avaliada pelo método das ceras Dennison ou pelo método IGT com tintas de *tack* graduado.

SECAGEM DA TINTA

A secagem é o resultado da ação, parcial ou combinada, de uma série de fenômenos, incluindo penetração, evaporação, filtração-seletiva, óxidop-limerização etc.

Os fatores que mais severamente afetam a velocidade de secagem das tintas são: porosidade do papel, acidez do papel (pH baixo inibe a ação do secante da tinta), acidez da solução de molhagem, umidade relativa e temperatura do ar da sala de impressão, além da quantidade de tintas so-brepostas. Por isso, os fotolitos ou arquivos digitais devem ser compensados utilizando as técnicas de UCR, GCR, MCR etc.

Portanto, a expectativa de secagem de um determinado par tinta-papel deve levar em conta essas variáveis.

BRILHO DO IMPRESSO

O brilho do impresso tem relação direta com o brilho do papel e com a velocidade de penetração da tinta no papel. Esta última, por sua vez, é função da porosidade do papel (condição de macro e microporosidade), das propriedades reológicas da tinta (viscosidade, tixotropia), da presença de agentes catalisadores na composição das tintas (secantes), da composição das tintas (natureza mono ou polidispersa), da acidez do papel e da solução de molhagem.

Samab completa 85 anos no segmento de distribuição

Fundada em 1921, a Samab, maior distribuidora de papéis imunes do país, completou 85 anos de existência em 2006, tendo como marca registrada de sua história o pioneirismo.

Na época em que foi criado seu primeiro escritório, a empresa, que depois se tornou Sociedade Finlandesa Ltda., tinha a função de abastecer a imprensa com papel importado, já que não havia fábricas no país para o desenvolvimento de jornais e revistas. Em março de 1930, a empresa se transformou em sociedade anônima, passando a se chamar Cia. Finlandesa S.A.

Na década de 1940, sob o controle de um grupo britânico, a empresa mudou o nome para S.A. Mercantil Anglo-Brasileira (S.A.M.A.B.) e, durante a Segunda Guerra Mundial, passou a importar papel-jornal do Canadá para compensar as dificuldades em receber navios da Escandinávia.

Depois da guerra, a volta da liberdade de imprensa e o estímulo da imunidade tributária proporcionada pela nova Constituição democrática de 1946 deram início a uma fase de grande expansão. Nesse período, a Samab se tornou a maior distribuidora de papéis imunes no Brasil, com 50% da produção da Klabin. Mais tarde, a

empresa passou a comercializar também papel offset nacional à base de eucalipto.

Em 1982, já com o nome de Samab – Cia. Indústria e Comércio de Papel, as ações foram adquiridas pela diretoria da época e a companhia se transformou em uma empresa genuinamente nacional. Durante esse período de crescimento, a Samab ampliou seu leque de fornecedores e passou a vender papel de fábricas de diversos países, além dos Escandinavos e do Canadá.

Já em 1994, a Samab deu início a uma nova fase, transferindo sua matriz para São Paulo e concentrando seus armazéns de distribuição em São Paulo, Rio de Janeiro e Fortaleza, com representantes em vários pontos do país.

Ao chegar aos 85 anos de existência, a empresa afirma estar "reestruturada administrativa e tecnologicamente, e preparada para o salto de crescimento que se espera no país e para consolidar-se como líder do mercado brasileiro de papéis com imunidade tributária, distribuindo e agenciando produtos de qualidade".

**Samab: www.samab.com.br
Tel.: (11) 3670-0800**



Irani é primeira brasileira do setor a ter créditos de carbono reconhecidos

A Celulose Irani é a primeira empresa brasileira do setor de papel e celulose, e a segunda no mundo, a ter créditos de carbono emitidos pelo Protocolo de Quioto. Os certificados têm origem em um projeto da empresa de co-geração de energia elétrica à base de biomassa, implementado na fábrica de papel do município de Vargem Bonita (SC).

Os créditos de carbono provenientes do projeto já foram vendidos para a Shell, que os usará para atingir as metas de redução de emissões de suas fábricas localizadas em países industrializados, conforme determina o Protocolo de Quioto.

O projeto entrou em funcionamento no final de 2004 e, por meio dele, foram desativadas sete caldeiras antigas com redução do consumo de 700 toneladas/mês, em média, de óleo BPF (combustível fóssil). O projeto também gera, em média, 7,5 MWh de energia elétrica que a empresa deixou de comprar da concessionária. Os combustíveis usados são os resíduos florestais das suas atividades e resíduos florestais de empresas madeireiras instaladas na região.

O projeto da Irani pode ser visualizado no endereço <http://cdm.unfccc.int>, onde está registrado sob o número 0404.

**Celulose Irani: www.irani.com.br
Tel.: (51) 3220-3542**

Suzano conquista prêmios em diferentes estados

Na última semana de novembro, a Suzano Papel e Celulose foi agraciada em premiações importantes de alcance nacional.

Criado pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf) e Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), o Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini – maior do setor na América Latina – elegeu a Suzano como melhor empresa em três categorias: papelcartão para impressão com ou sem revestimento; papel para impressão revestido; e papel para impressão não-revestido. A 16ª edição do prêmio contou com 1.522 produtos inscritos, provenientes de 14 estados.

Exportações de celulose e papel somam US\$ 3 bilhões

A indústria brasileira de celulose e papel exportou US\$ 3 bilhões de janeiro a setembro deste ano. Neste período, as vendas totais de celulose e papel cresceram 22,2% em comparação aos US\$ 2,4 bilhões embarcados nos nove meses do ano passado, segundo dados da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa).

As exportações de celulose tiveram forte aumento no período em questão, somando US\$ 1,8 bilhão, o que significou crescimento de 30,1% em relação ao US\$ 1,4 bilhão registrado no ano passado.

A receita obtida com os embarques de papel para o exterior foi 11,5% maior, segundo o

levantamento da Bracelpa. As empresas do setor exportaram US\$ 1,2 bilhão no período de janeiro a setembro de 2006 e superaram o índice de US\$ 1 bilhão obtido com as vendas de papel para o mercado externo até setembro de 2005.

Já as importações totais de celulose e papel foram de US\$ 825 milhões até setembro de 2006. Apesar do crescimento de 31,6% em relação aos US\$ 627 milhões internalizados no ano anterior, esta entrada de produtos não afetou significativamente o saldo da balança comercial do setor, que mantém sua evolução positiva.

**Bracelpa: www.bracelpa.org.br
Tel.: 3885-1845**

Setor de C&P investiu US\$ 22,4 milhões em pesquisas florestais

As indústrias de celulose e papel brasileiras investiram US\$ 22,4 milhões em pesquisa florestal em 2005, o maior volume de recursos destinados ao melhoramento de florestas plantadas no país, segundo informações do Relatório Estatístico Florestal, elaborado pelo Grupo de Trabalho de Reflorestamento e Correlatos da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa).

O setor de celulose e papel mantém 1,7 milhão de hectares de florestas plantadas de eucaliptos e pinus e preserva 2,6 milhões de hectares de florestas nativas. Esta base florestal é foco de estudos e pesquisas sobre biodiversidade, mapeamento genético, desenvolvimento de mudas de alto desempenho e formação de florestas plantadas com alto rendimento de fibras.

"Estas pesquisas são essenciais para os projetos de expansão do setor e formação das florestas que abastecerão as novas capacidades que serão agregadas no futuro", afirma o coordenador do Grupo de Trabalho de Reflorestamento e Correlatos da Bracelpa, Evaristo Lopes.

O levantamento realizado pela Bracelpa abrange investimentos em projetos florestais da indústria de celulose e papel desenvolvidos em onze estados: Amapá, Bahia, Espírito Santo, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

Bracelpa: www.bracelpa.org.br
Tel.: 3885-1845

Setor gráfico exporta US\$ 186,5 milhões nos oito primeiros meses do ano

Segundo dados do Departamento de Estudos Econômicos (Decon), da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), baseados no SECEX-Secretaria de Comércio Exterior do Ministério da Indústria e do Desenvolvimento, as exportações do setor gráfico nos oito primeiros meses de 2006 bateram o acumulado dos doze meses de 2005. No total, as vendas ao mercado externo atingiram US\$ 186,5 milhões, contra US\$ 175,9 milhões em todo o ano passado.

O relatório informa que as importações no período somaram US\$ 126,68 milhões, enquanto no ano inteiro de 2005 o volume foi de US\$ 180,22 milhões. O saldo da balança comercial no acumulado janeiro/agosto de 2006 é de US\$ 59,87 milhões.

Segundo o presidente da Abigraf, Mário César de Camargo, dentro da pauta de exportação, o item que mais vem contribuindo para esse desempenho favorável continua sendo a indústria de cadernos.

Abigraf: www.abigraf.org.br Tel.: (11) 5087-7777

ERRATA

Diferentemente do informado na última edição (125) na reportagem "Novos membros na Diretoria Executiva", publicada nesta seção, o diretor de Esportes da ANAVE, Edemir Facetto, possui uma experiência de 32 anos no mercado de papel, e não 14 anos. Facetto atua no setor desde 1974.

www.bnppapel.com.br



Reciclando com respeito e compromisso ambiental

A BN Papeis completa 5 anos de sucesso no segmento de papéis reciclados, utilizando tecnologias modernas de baixo impacto ambiental. O investimento nas pessoas foi fundamental para o desenvolvimento como diferencial competitivo. Para os próximos 5 anos serão incrementados, ainda mais, os princípios e valores nas relações com o mercado, com a comunidade e com o meio ambiente.



Estrada BNV 477 | CEP: 89124-000 | Benedito Novo - SC - Brasil
FONE (47) 3385 2000 | email: vendas@bnppapel.com.br

Antônio Proost Rodovalho

Visionário na produção de papel industrializado no Brasil

Após colocar em prática a idéia de que o país produziria o seu próprio papel, o coronel cria, em 1890, a Companhia Melhoramentos

Ano de 1890, São Paulo, uma cidade com menos de 100 mil habitantes, ganhava aceleração e conhecia avanços técnicos e científicos. À espera de empreendedores ousados, a cidade idealizava se igualar a metrópoles européias.

Com isso, surgia a necessidade de produtos que melhorassem a qualidade de vida das pessoas e o papel era um desses produtos. Na época, o coronel Antônio Proost Rodovalho, que desde 1863 participava da vida comercial, agrícola e bancária da cidade, "enxergou" mais longe que os outros e decidiu que já era hora de o Brasil produzir, em larga escala, o seu próprio papel, até então fabricado de maneira restrita e importado da Europa.

Em 1887, Rodovalho desenvolveu um projeto para que a cidade de Caieiras, no interior do estado, fabricasse papel industrialmente. O projeto da fábrica caieirense, que na época produzia cal e cerâmica, foi considerado arrojado e moderno devido à grandeza das instalações. As construções foram erguidas utilizando materiais que vinham de outros países, como Inglaterra e Canadá. A energia hidráulica, retirada do rio que cortava a cidade de Caieiras, o Juqueri, era feita por uma barragem. Com o tempo, foram abertas estradas que facilitaram a co-

municação interna. À medida em que subiam as paredes da fábrica, crescia a importância da pesquisa iniciada em 1887 com a identificação de variedades vegetais aproveitáveis para a fabricação de papel.

Em março de 1889, a fábrica iniciou o processo de montagem das máquinas de fabricar papel. Assim, em 4 de abril de 1890, graças ao empreendedorismo do coronel Rodovalho, a MP I – Máquina de Papel número 1 produziu o primeiro papel industrializado do Brasil.



CONSTITUIÇÃO DA COMPANHIA MELHORAMENTOS

Naquela época, havia um projeto do governo para liberar recursos para a formação de empresas comprometidas com a melhoria da infra-estrutura urbana.

Aproveitando esta oportunidade, em 12 de setembro de 1890, Rodovalho criou a Companhia Melhoramentos de São Paulo. A empresa co-

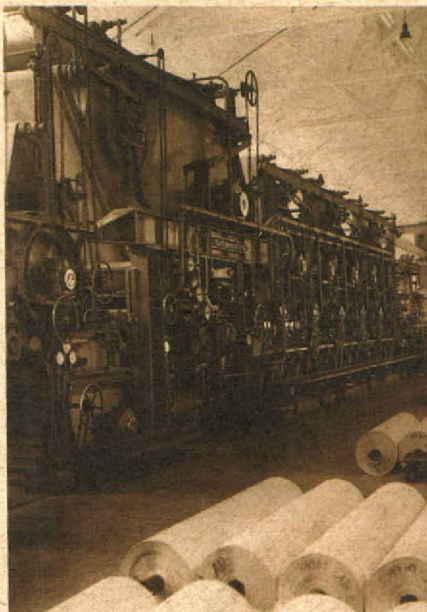
meçou a concluir a montagem de uma fábrica de papel mais aperfeiçoada, dotada de diversas máquinas necessárias para produção. O coronel investia fortemente nos equipamentos, pois acreditava que garantiria vantagem na modernização da fabricação do papel, já que a Companhia caminhava para ser uma indústria papelreira. A segunda máquina adquirida



Caieiras abre o século XX sendo a principal das fábricas paulistas de papel

foi a MP II, destinada a produzir papel para embalagem média, papel de impressão, cartazes, capas de publicações e envelopes. Com 230 operários, a Melhoramentos produzia, nos primeiros anos, 40 metros de papel por minuto, alcançando seis toneladas por dia. Em sintonia com o setor, a fábrica de Caieiras desenvolveu pesquisas envolvendo 48 espécies de vegetais e começou a produzir celulose. Enquanto Rodovalho tocava o seu projeto na Melhoramentos, os irmãos Weiszflog, donos do "Estabelecimento Graphico Bühnaeds – Weiszflog Irmãos & Cia", na Alemanha, al-

mejavam dias melhores. Pensando assim, dois deles, Otto e Alfred Weiszflog, resolveram partir em busca do sucesso e o Brasil foi o país escolhido. Otto chegou a São Paulo em 1894 e semanas depois já estava trabalhando no estabelecimento Bühnaeds, um negócio no ramo de papelaria, encadernação, livros em branco e importação de papel, liderado no Brasil por um conterrâneo da família Weiszflog. Dois anos mais tarde, foi a vez de Alfred desembarcar no Brasil. Seguindo os conselhos do pai Wilhelm Weiszflog, os irmãos associaram-se a Bühnaeds. Anos depois, Bühnaeds, dono do estabelecimento, deixou a sociedade e nasceu então a Weiszflog Irmãos – Estabelecimento Gráfico, que passou a ser liderada pelos Weiszflog. Os serviços da gráfica dos irmãos ganharam rápido reconhecimento devido à qualidade superior dos seus produtos. Ao mesmo tempo, a Companhia Melhoramentos de São Paulo, que mandava imprimir alguns documentos com os Weiszflog, passava por sérias dificuldades financeiras, agra-



Em 1939, a companhia adquire a máquina "MP V", que produzia, principalmente, papéis especiais

vadas durante os anos da Primeira Guerra Mundial. Em 1900, Antônio Rodovalho deixou a empresa e Antônio Bernardo Pinto, presidente da Companhia, João Francisco de Moura, diretor-gerente, e Paulo Alfredo Polto, diretor-técnico, só viam uma saída: vender a Melhoramentos.

MELHORAMENTOS SOB O COMANDO DOS IRMÃOS WEISZFLOG

A Companhia procurou caminhos em meio às dificuldades. Transferiram a sede do Rio de Janeiro para São Paulo, onde estavam

concentrados dois terços da produção industrial brasileira, mas não obtiveram muitos resultados. Em abril de 1920, a Melhoramentos foi comprada pela família Weiszflog, que já produzia, editava e comercializava os seus próprios livros. Em dezembro, a empresa foi registrada com o nome "Companhia Melhoramentos de São Paulo – Weiszflog Irmãos Incorporadora". A fim de se manter no mercado, a empresa recebeu, em 1937, máquinas que a posicionaram como uma grande indústria no país. Nesta época, Caieiras supria o mercado com 7.400 toneladas de papel para indústria, impressão, cartões, cartolina, seda, entre outros, e reimprimia 616.400 livros, além de 163.500 referentes a títulos novos. Em busca de uma máquina que deveria ser a mais eficiente para produzir papéis finos, a Companhia adquiriu a MP V, que produzia, principalmente, papéis especiais. A certeza de que o desenvolvimento gráfico e editorial permaneceria ameaçado pela dependência da celulose importada sempre esteve presente nas considerações dos Weiszflog. Depois de diversos estudos, em 1946, os técnicos da empresa começaram a produzir celulose a partir do eucalipto. Um ano mais tarde, a celulose de eucalipto atingiu alto padrão e tornou-se boa para a confecção de papéis nobres (seda, crepon) e para impressão. No ano de 1950, a Melhoramentos investiu também no aumento da produção de celulose de fibra curta. Com a evolução da tecnologia, a Companhia começou a trabalhar com máquinas offset. Mas os avanços da empresa não ficaram apenas na área tecnológica. Em 1948, seus funcionários foram os primeiros a receber o descanso semanal remunerado e o pagamento de horas extras. Só em maio do ano seguinte, o governo brasileiro editou a Lei nº 605, estendendo o benefício aos demais trabalhadores do Brasil. Hoje, caminhando para os 117 anos, a Melhoramentos é liderada por Alfred Plöger, presidente do Conselho de Administração, e ocupa posição de destaque nos diversos mercados em que atua.

CORONEL RODOVALHO UM HOMEM À FRENTE DE SEU TEMPO

Antônio Proost Rodovalho nasceu na cidade de São Paulo, em 27 de janeiro de 1838. Começou a trabalhar no comércio aos 13 de anos de idade. Devido ao seu espírito empreendedor, que o fez desenvolver inúmeras pesquisas e abrir portas para a indústria, Rodovalho será sempre lembrado como um homem à frente de seu tempo. Logo após sua morte, em 30 de dezembro de 1913, seus contemporâneos transformaram a casa em que morava, no bairro da Penha, em São Paulo, em local de encontro da elite financeira da cidade. Para homenageá-lo, duas entidades criadas por ele, a Associação Comercial de São Paulo (ACSP) e a Companhia Melhoramentos, instituíram, em 1992, o "Prêmio Rodovalho", que reconhece personagens que se destacam por sua atuação econômica, política e social, e reverência a memória do grande visionário.

MARKETPLACE



Ibema - Cia. Brasileira de Papel

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

Himasa - Heidrech Industrial - Merc. e Argícola 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 11-6223.7807

rspera@uol.com.br

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

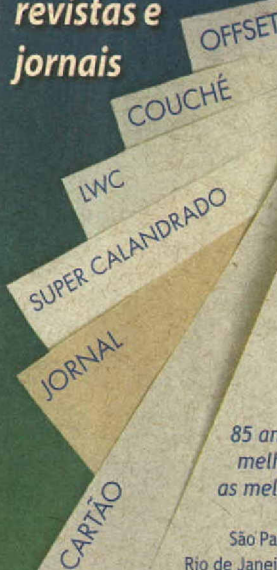
wm_ltda@papeiscartoes.com.br

ANUNCIE NESTA SEÇÃO

(11) 6605-5522



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



CIA INDÚSTRIA E
COMÉRCIO DE PAPEL

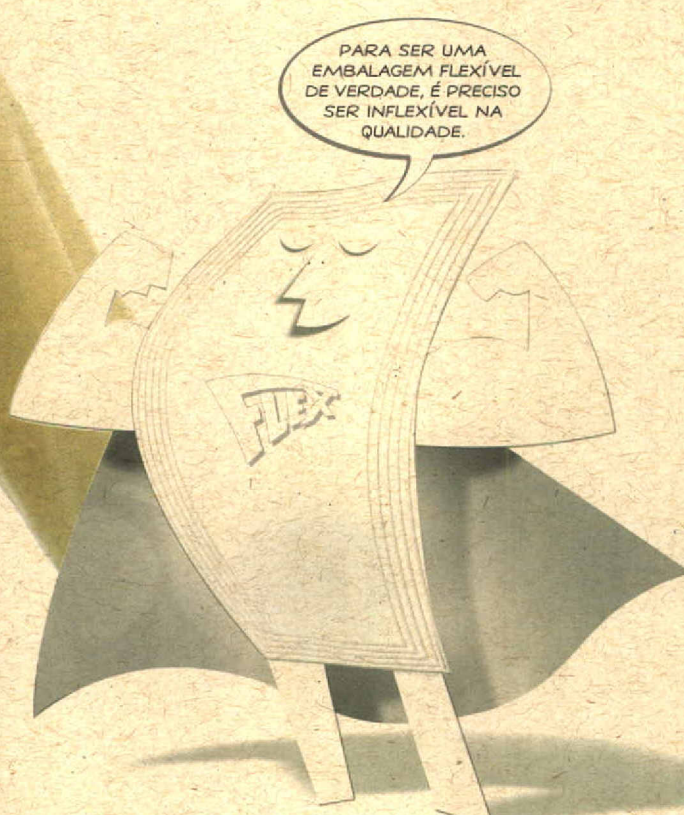
*85 anos fornecendo os
melhores papéis para
as melhores impressões*

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



**SE A EMBALAGEM
TEM MD PAPÉIS,
PODE CONFIAR**

PARA SER UMA
EMBALAGEM FLEXÍVEL
DE VERDADE, É PRECISO
SER INFLEXÍVEL NA
QUALIDADE.



Os **PAPÉIS PARA EMBALAGENS FLEXÍVEIS DA MD PAPÉIS** são produzidos com a mais alta qualidade e tecnologia, o que os torna líderes de mercado.

Em seus 116 anos de atuação, a MD conquistou *know how* para produzir papéis especiais utilizados na confecção de embalagens de produtos alimentícios, médico-hospitalares, entre muitas outras aplicações.

Com MD Papéis suas embalagens manterão os alimentos sempre com total pureza e segurança.



MD PAPÉIS
MAIS QUE PAPÉIS, SOLUÇÕES

www.mdpapeis.com.br



Uma história de liderança é escrita com grandes conquistas no papel e na prática

Líder entre os maiores fabricantes de máquinas para papel e celulose, a Voith Paper faz de cada ano um novo capítulo de uma história de grandes conquistas que é escrita há mais de um século.

Desenvolvendo tecnologia e inovação com alta qualidade e eficiência, a Voith Paper tem uma posição de destaque no mercado porque conta com a dedicação e o comprometimento de uma capacitada equipe de profissionais.

Investe em pesquisa e no desenvolvimento de soluções personalizadas para cada cliente, conquistando respeito e credibilidade.

Ao fim de mais um capítulo marcado pela conclusão de importantes projetos e o fechamento de novos contratos, a Voith Paper dedica suas conquistas aos parceiros e personagens desta história.

www.saopaulo.voithpaper.com

Voith Paper

VOITH
Engineered reliability.