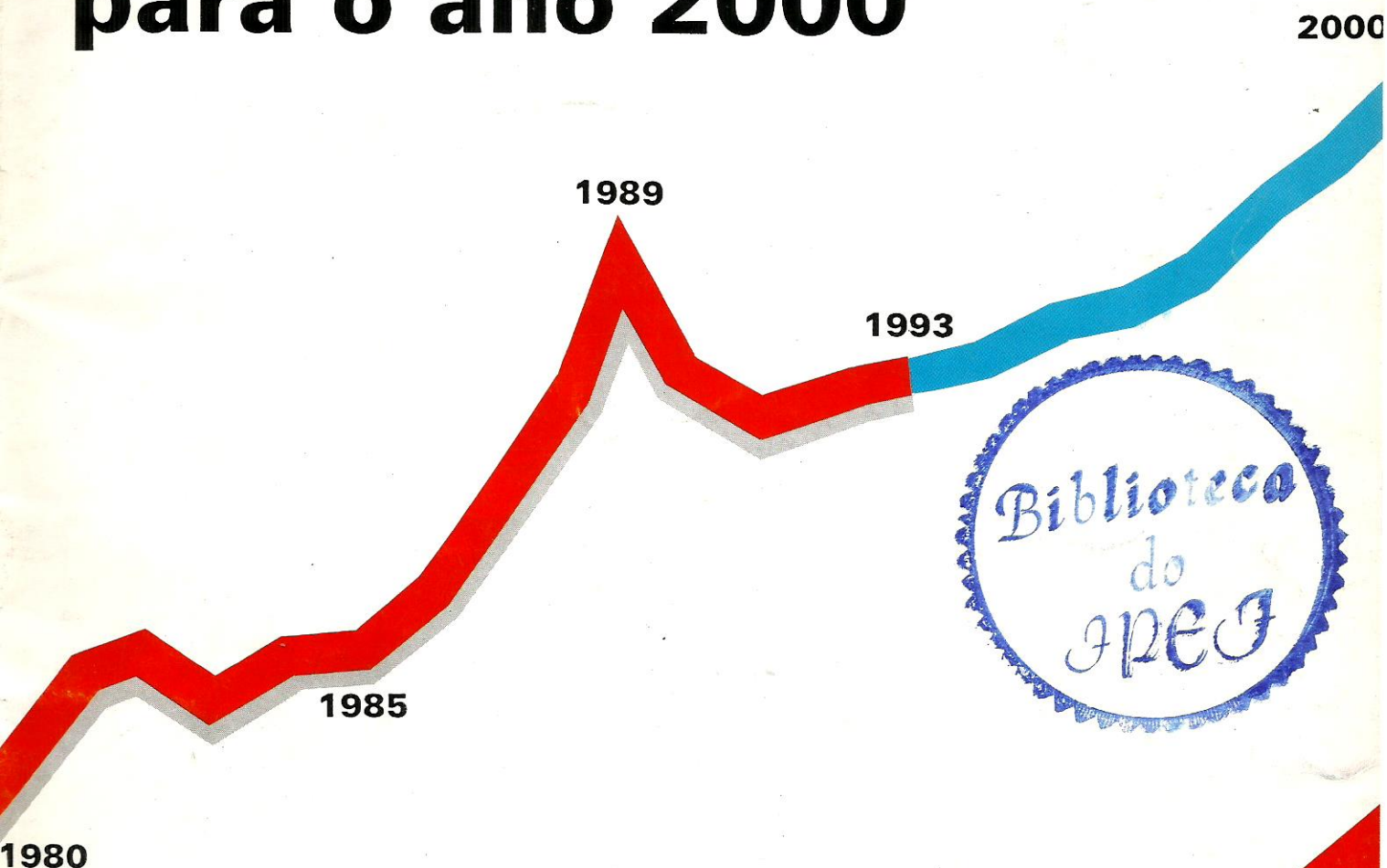


CELULOSE & PAPEL

ANO XI - Nº 45 - 1994 - ISSN 0102-5279

11(45)

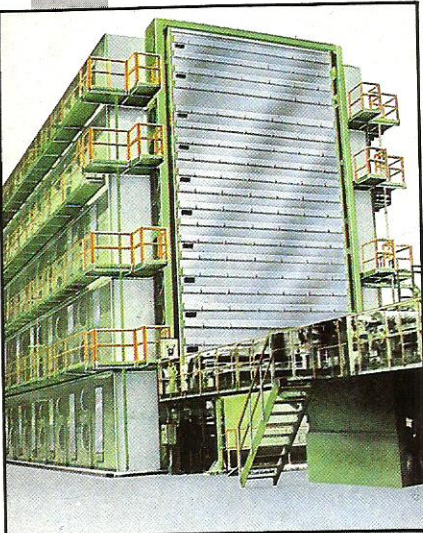
NÚMEROS DO SETOR Perspectivas para o ano 2000



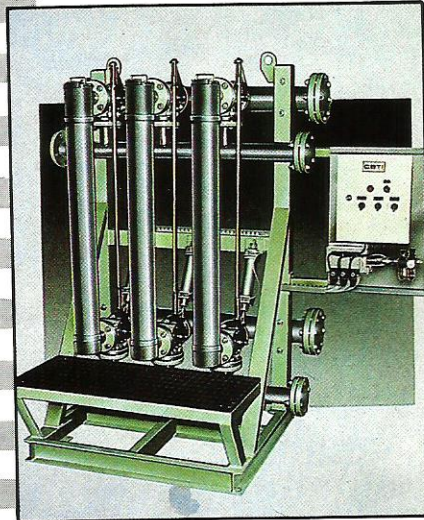
Mercado de livros está estagnado | Indústria de plástico em evolução

ENTREVISTA
Erling Lorentzen

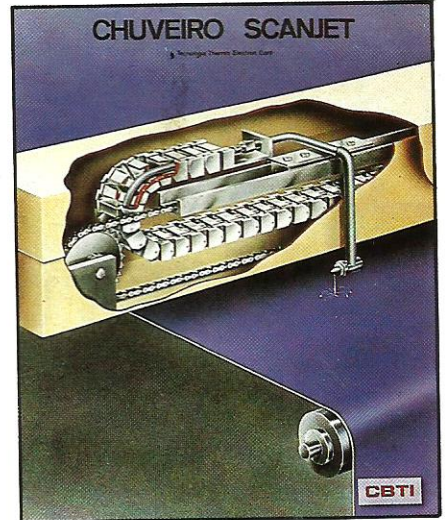
CUMPRINDO SEU PAPEL NA HISTÓRIA...



Secador de Celulose



Filtros

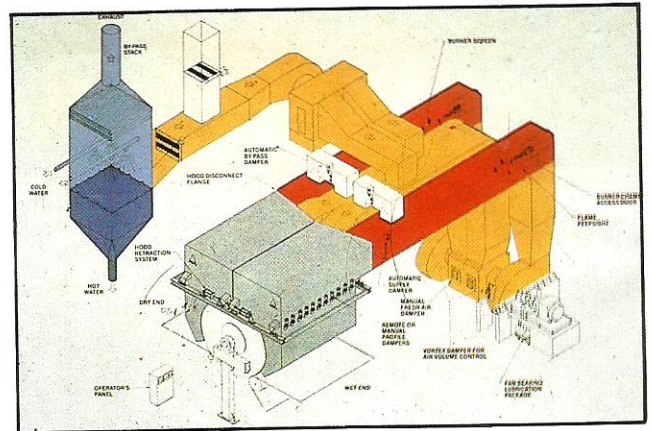


Chuveiros Scanjet

Uma história de tecnologia, que há uma década destaca-se pelo seu desenvolvimento, pela melhoria da qualidade e da assistência técnica prestada a seus clientes.

Para cumprir seu papel, utiliza-se da tecnologia Thermo Electron e própria, cujos destaques na história são:

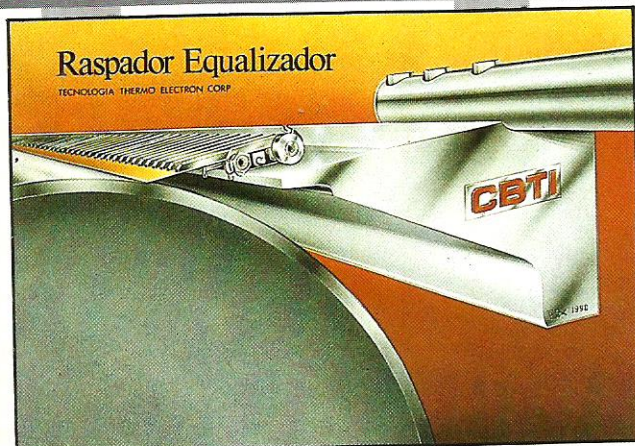
- Capotas de secagem;
- Secadores por flutuação;
- Sistema de ventilação para prédios;
- Raspadores, porta-lâminas e lâminas;
- Chuveiros, osciladores e filtros;
- Sistema de recirculação de água.



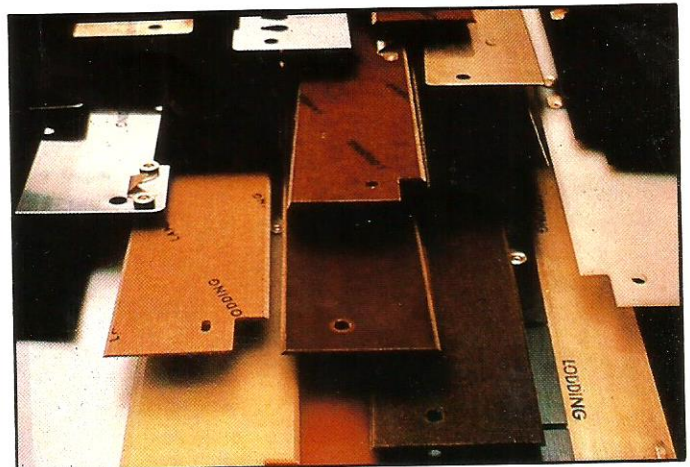
Capota Yankee

CBTI

*Do projeto à realização,
Tecnologia e Experiência.*



Raspador Equalizador

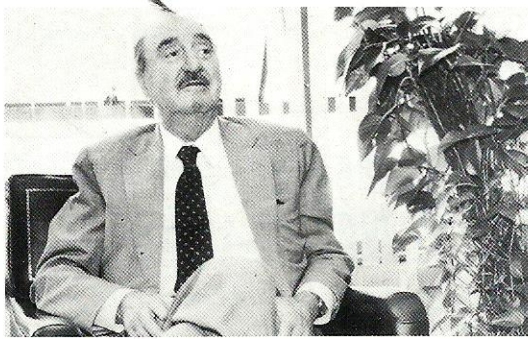


Lâminas Raspadoras



PUBLIC.: P-017478
CELULOSE & PAPEL 9(45) MAR. 1994

I NÍCIO DA RETOMADA



Horácio
Cherkassky*

Estamos vivendo um novo programa objetivando organizar a economia em busca da sonhada estabilidade que possa permitir a retomada do desenvolvimento auto-sustentado. Após oito anos de planos e confiscos frustrantes é no mínimo curioso verificar que esta nova tentativa, aparentemente muito bem armada em suas tratativas e negociações políticas, se dê exatamente num ano eleitoral via de regra propício ao tumulto natural inerente às disputas pelo poder.

Não obstante, o processo começou a ser implantado sem os traumas dos planos anteriores e num momento reconhecidamente adequado: negociações democráticas no Congresso, reservas cambiais elevadas, inexistência de congelamento de preços e salários.

São evidentes os fatores favoráveis para a promoção imediata do ajuste fiscal e do equilíbrio orçamentário. Os passos seguintes precisam ser dados na direção das reformas estruturais pendentes da revisão constitucional. Na implementação do plano concebido pela equipe econômica também será compatível agilizar a privatização reduzindo o gigantismo estatal.

Se dessa vez logramos o êxito a que todos aspiramos — os indícios apontam para isso — o resultado será o aumento da produção e da massa salarial estimulando o consumo e reduzindo, conseqüentemente, o nível de ociosidade industrial.

Para o segmento de celulose e papel nenhum cenário pode reunir, como este, tantos vetores positivos. Desde 90 vivíamos um ciclo em que a maturação dos investimentos empurrou a oferta além da demanda nos mercados doméstico e internacional. 93 marcou a retomada do crescimento brasileiro e do consumo interno. E, esperamos, o último ano do ciclo de preços reprimidos nos mercados consumidores mundiais. Desde dezembro têm sido sensíveis ventos mais promissores com uma firme e progressiva recuperação dos preços da celulose. Os estoques foram reduzidos e a oferta declinou face à dificuldade de muitas fábricas no exterior em superar os gargalos no fornecimento da madeira. Algumas delas chegaram a paralisar suas linhas na impossibilidade de competir em função dos custos elevados de produção. Ajusta-se o calibre do mercado.

Dentro desse quadro, tendo nas florestas plantadas nossa principal alavanca competitiva, os investimentos feitos no aumento da capacidade de produção brasileira tem tudo para começar a dar frutos. Esperamos que, apoiados na retomada do crescimento da economia mundial, por um novo e longo período de prosperidade que nos permita promover novos investimentos em expansão e modernização.

* Horácio Cherkassky é presidente da ANFPC

A revista CELULOSE & PAPEL é órgão oficial da ANFPC-Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose
Rua Afonso de Freitas, 499
CEP 04006 - São Paulo - SP
Fone: 885-1845

DIRETOR RESPONSÁVEL
H. Horácio Cherkassky

CONSELHO EDITORIAL
Alberto Fabiano Pires
Alfred Freund

Leonmir Trombini
Marcello L. Pilar
Osmar Zogbi
Ronaldo A. Guedes Pereira
Ruy Haidar

CONSELHO CONSULTIVO
GT 2 Divulgação

COORDENAÇÃO GERAL
Sandra Pegorelli



NÃO CONTAMINE
USE PAPEL

CELULOSE & PAPEL é produzida e editada pela Unipress Editorial ISSN 0102-5279



UNIPRESS EDITORIAL

DIRETORIA

Alaôr José Gomes
Reginaldo Finotti

DIRETOR DE REDAÇÃO
Reginaldo Finotti

REDAÇÃO

Ana Lúcia Venterim
Silvia Pimentel
Solange Vasconcellos

COLABORAÇÕES

Celso Lungaretti
Dalila Alves
Fábio Fujii

Maria Cristina Pfau

DIAGRAMAÇÃO

Marco Aurélio Sismotto

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA
Rosemeire A. Pedroso

FOTOS

Dois Pontos Fotojornalismo
Nilton Queiroz
Arquivo/Divulgação

PUBLICIDADE

José Cruz Filho

RELAÇÕES PÚBLICAS

Lina Carla Finotti

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE
Av. Paulista, 2006 - 11º andar - Conjs.
1003 a 1008 - Fone: (011) 285-6233
Telex (11) 32183 - Fax (011) 285-3785
CEP 01310-926 - São Paulo - SP

FOTOLITOS
OKA

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA E IMPRESSÃO
Ipsis Gráfica e Editora S. A.

PROJEÇÕES PARA O ANO 2000 INDICAM CRESCIMENTO

A expansão da demanda e a recuperação dos preços da celulose no mercado internacional faz os empresários acreditarem que o período de vacas magras chegou ao fim. Celulose & Papel ouviu líderes do setor celulósico-papeleiro e observou um clima de otimismo geral. Tudo depende, porém, de que o País reencontre a estabilidade econômica e política.

26



O COMPORTAMENTO DA INDÚSTRIA DE PLÁSTICO NO BRASIL

O faturamento deste segmento industrial cresceu 3% no ano passado e atingiu US\$3,2 bilhões, dos quais US\$174 milhões em exportações. Ainda assim, as indústrias operaram com apenas 66 a 70% de sua capacidade. Novidade no começo deste ano, foi a compra da Itap pelo Dixie/Lalekla.

5

PESQUISA COOPERATIVADA MERECE INCENTIVOS PRIORITÁRIOS

A Lei 8.661 estabelece estímulos fiscais às empresas que investirem no desenvolvimento de pesquisas e tecnologias. Subsídios, via utilização do Imposto de Renda, poderão atingir US\$200 milhões. Os projetos cooperativados terão preferência.

15

MERCADO DE LIVRO É AMPLO MAS AS VENDAS NÃO TÊM EVOLUIDO

Em 1986, no auge do Cruzado, foram vendidos quase 359 milhões de exemplares de livros no País. As previsões eram otimistas e se acreditava que em 1991 as vendas superariam 720 milhões de unidades. Amargo engano: em 1993 foram comercializados apenas 288 milhões de exemplares.

18

E MAIS:

- Números do setor:** O comportamento da indústria de papel e celulose em 93. 12
- Erling Lorentzen:** Dirigente poderoso de um grupo de empresas, entre as quais a Aracruz, conta detalhes de sua vitoriosa carreira. 22
- Israel Alves de Oliveira:** Presidente do Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Papel, Papelão e Celulose de São Paulo, propõe a "União contra o Desemprego". Veja em "OPINIÃO". 34

SETOR PLÁSTICO ENGATA A PRIMEIRA

Uma das indústrias que mais se desenvolve no País reage à crise com a retomada do setor automotivo e detona novidades na área de embalagens.



Foto: Divulgação

Montadoras: novos projetos puxam demanda de plásticos de engenharia.

Com um faturamento em torno de US\$ 3,2 bilhões no último ano, 3% superior ao de 1992, o setor plástico começa a movimentar os vagões da composição que emperrou no túnel da recessão erguido na virada da década. Conforme dados da Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), as vendas internas do setor totalizaram 1.543.880 toneladas em 1993, contra 1.475.984 toneladas no exercício anterior, sendo que as exportações se elevaram de US\$ 169 milhões em 1992 para US\$ 174 milhões no último ano.

Apesar do surpreendente crescimento da economia sob a inflação jurássica atual, no saldo geral da terceira geração petroquímica (indústria de transformação de

plásticos) o período fechou recessivo e se igualou em produção a 1992, avalia Celso Hahne, presidente da Abiplast. Para ele, o setor pelo menos virou o ano com 66-70% de sua capacidade ocupada, bem melhor que a "performance" de indústrias como a farmacêutica, por exemplo, no momento operando a 50% do potencial. Embora a indústria automobilística ainda compareça no Brasil com um consumo discreto de plástico, se comparada à praxe internacional ou a setores locais que puxam o grosso da demanda como embalagens flexíveis, a marca de 1,3 milhão de veículos produzidos no último ano aliviou o gargalo que vinha sufocando parte da indústria de transformação. A ala mais nobre, povoada pelas

aplicações de ponta em plásticos de engenharia, pode desengavetar projetos inviabilizados pela crise.

NA ONDA DO MILAGRE

A indústria do plástico encampa um dos setores que se desenvolve com maior intensidade no País. Em cerca de quatro décadas, colocou o parque petroquímico brasileiro entre os dez maiores do planeta. Em sua órbita, alinham-se ainda os principais fabricantes de máquinas e fornecedores de resinas do Hemisfério Sul. Sua escalada ganhou vulto durante a segunda metade dos anos 50, quando surgiram as primeiras plantas de termoplásticos, motivadas por uma política

Foto: Dois Pontos



Embalagem stand-up pouch: menos custo para o consumidor.

nacional de industrialização que empunhava a bandeira da independência das importações.

Antes desconhecido, o potencial do plástico não tardou a impressionar. Engatado na marcha do crescimento industrial, seu consumo deslançou, repercutindo o pique de uma economia que, nas décadas de 60 e 70, saltava na média de 6-7% ao ano. A linha de ação do plástico no País cobre hoje, por exemplo, desde itens convencionais injetados até aplicações que são referenciais do I Mundo, como embalagens rígidas coextrusadas com barreira ou autopeças e componentes para informática de plásticos de engenharia (náilon, poliacetal, politetrafluoretileno etc). Com penetração galopante, a atuação do material hoje pega desde a substituição de papel, vidro ou metal, nas embalagens da cesta básica de alimentos, até peças sofisticadas de grande porte. Outro pivô do desenvolvimento do plástico é, de acordo com tendência mundial, o carro-chefe do consumo nacional de matérias-primas. Trata-se da indústria de embalagens, que mobiliza habitualmente 60% do fornecimento doméstico de resinas.

Dados da Associação Brasileira da Indústria de Embalagens Plásticas Flexíveis (Abief) demonstram que, em 1992, cerca de 500 fabricantes de embalagens flexíveis consumiram 432.000 toneladas de resinas. No ano passado, esse volume cresceu 7%. Na opinião de Alberto Davan, diretor da Abief e da transformadora de filmes e rafia Zaraplast, as embalagens

flexíveis não fugiram à regra entre as atividades produtivas no País. O aumento no volume de vendas foi embaçado pelo encolhimento de margens, na média de 12% em níveis reais, e de faturamento, com queda de 4-5% na relação margem/volume. Mas, segundo Dayan, o setor buscou compensar essas perdas com ra-

cionalização de custos e melhoria da produção, credenciando-se aos padrões ISO 9000, por exemplo, além de incrementar a via das exportações diretas e indiretas, sob o estímulo do preço VIPE obtido das resinas locais.

UM TOQUE DE CLASSE

As novidades, como sempre, dão o tom nesse reduto. Um conceito de embalagem flexível muito em voga nos Estados Unidos, Europa e Japão começa a ganhar as prateleiras locais. Desenvolvido há oito anos na Argentina pela Emzo, o sistema denominado Class-Pak de embalagens do tipo stand-up pouch de filme laminado com barreira já desloca sucedâneos de vidro, metal, papel e até mesmo plástico (rígidos) no acondicionamento de sólidos, líquidos, pastas ou pós. Eurico José Guedes, diretor da Poolpack, representante exclusivo da Emzo para o Brasil, destaca que a tacada decisiva para o sistema

DIXIE/LALEKLA COMPRA DIVISÃO

Lalekla. La de Larry, Le de Lesavoy e Kla de Klabin.

Em 1944 os empresários Larry Lesavoy e Samuel Klabin criaram em São Paulo, uma empresa pioneira na produção de toalhas de papel e que cinquenta anos depois continua líder neste setor.

A empresa não ficou "deitada em berço esplêndido". Avançou em outros segmentos principalmente na área de produtos de higiene e limpeza. Foi em 1989 que, "atento às oportunidades do mercado de embalagens rígidas", como diz o "release" distribuído à imprensa, Roberto Klabin comprou a Dixie "passando a investir pesado no desenvolvimento de tecnologias de termoformação de polipropileno."

O processo de expansão teve continuidade agora, no começo deste ano, com a aquisição pela Dixie/Lalekla, da Divisão de Embalagens Rígidas da Itap, sua principal concorrente neste mercado.

"Estamos avançando no caminho da liderança do mercado de embalagens rígidas" anunciou Roberto Klabin, presi-

dente da Dixie-Lalekla, informando que a transação foi da ordem de 30 milhões de dólares provenientes de recursos próprios e de acionistas.

Por seu lado, Jacques Siekierski, presidente do Grupo Itap, revelou que a operação foi um ótimo negócio e uma das alternativas para tornar confortável o equacionamento do perfil do passivo da companhia que, como um todo, tem faturamento próximo aos 300 milhões de dólares anuais.

A EVOLUÇÃO DA LALEKLA

Até a aquisição da Dixie a Lalekla tinha faturamento anual da ordem de 12 milhões de dólares. Com a Dixie as vendas subiram para 45 milhões de dólares, cifra alcançada em 1992. A empresa atua em 4 mercados distintos: packaging (embalagens), food service (descartáveis para lanchonetes, restaurantes, hospitais), consumer (descartáveis para uso doméstico) e higiene e limpeza, com uma produção de 500

deslanchar foi desferida pela transformadora Itap em parceria com clientes-chave do setor alimentício, como a Pepsico, Refinações de Milho Brasil (RMB), Moinho Santista/Sanbra, Gessy Lever e LPC.

A embalagem stand-up pouch já pode ser encontrada numa versão de 200 gramas de maionese marca Hellmann's (RMB), em outra de 250 gramas da concorrente Gourmet (Gessy Lever), em tamanhos maiores, de 400 gramas, da mistura preparada para bolo marca Sol (moinho Santista) e em versões de 350 gramas para o molho fresco de tomate Frescarini (LPC) entre outras. Guedes acentua que a adoção do sistema Class-Pak diminui os custos de embalagem que são repassados para o preço final dos produtos. No caso da maionese Hellmann's, exemplifica, essa redução para o consumidor foi em torno de 25%, um trunfo-chave para a adoção de Class-Pak em detrimento de materiais e processos concorrentes. Já os molhos prontos Frescarini ganham mercado com

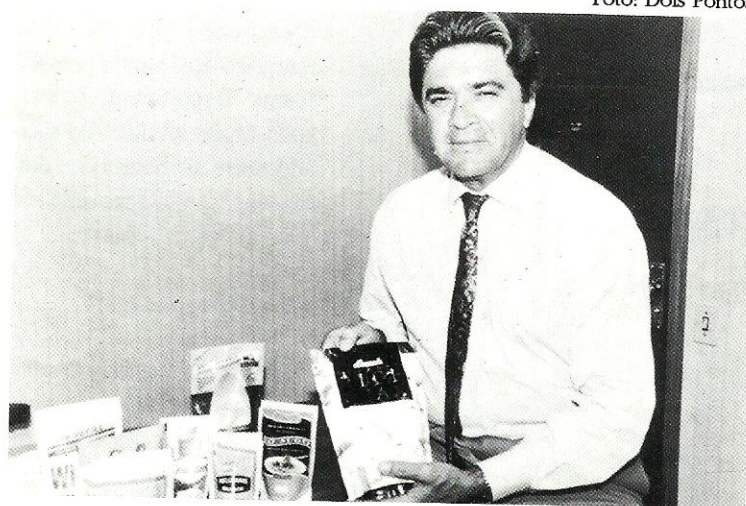


Foto: Dois Pontos

Guedes: potencial de 850 toneladas para Class-Pak.

um custo 31% em média mais em conta que outras marcas envasadas em embalagens rígidas, complementa.

A tendência predominante nos mercados onde esse tipo de embalagem já emplacou é a de se operar com dois equipamentos independentes. Ou seja, uma poucheira instalada no transforma-

dor, para a confecção da embalagem fornecida em rolos, e uma envasadora, adaptada à linha do cliente, que corta, faz o enchimento e sela o produto.

"A Emzo inovou, lançando um equipamento que opera pelo conceito form-fill-seal, mais veloz, compacto e que pode ser controlado por apenas um operador", sustenta o executivo.

DE EMBALAGENS RÍGIDAS DA ITAP

toneladas de toalhas descartáveis de papel e 300 toneladas de plásticos para embalagens e copos. A partir de agora, com a inclusão da Itap, a empresa passará a produzir 1,2 mil toneladas/mês de embalagens termoformadas, detendo 18% do mercado nacional e representando 70% do seu faturamento total. Para Roberto Klabin "a tendência em todo o mundo é priorizar as embalagens em polipropileno."

AS RAZÕES DA ITAP

O Grupo Itap é um dos pioneiros na produção de embalagens plásticas no País. No ano passado adquiriu o controle integral da Nitriflex, durante o processo de privatização dessa empresa.

A Divisão de Embalagens Rígidas é apenas um dos braços da organização e responde por um faturamento de US\$ 50 milhões/ano, mas operando deficitariamente nos últimos 2 anos. Localizada em Votorantim (SP) a fábrica lidera o mercado de embalagens rígidas no País. A decisão

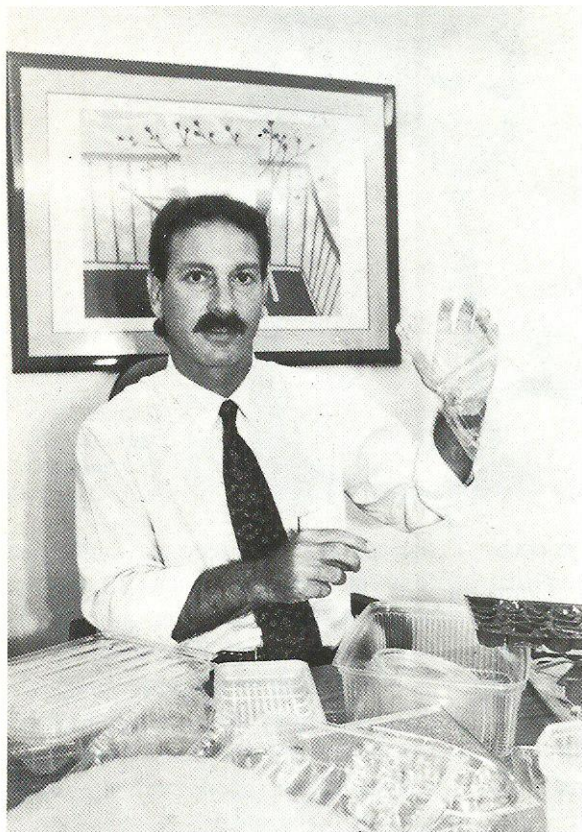
de "desinvestir" na área de embalagens rígidas foi uma estratégia "para livrar-se dos custos intoleráveis do mercado financeiro". Permitirá ao Grupo criar condições para sua consolidação e expansão nos demais segmentos. Num desabafo, Siekierski declarou que "o Brasil, em especial as empresas, ainda se debatem com as incertezas políticas de uma economia atrelada a interesses pessoais, colocados acima das necessidades básicas e urgentes da Nação. Nesse contexto, as iniciativas empresariais ficam paralisadas, com dezenas de impostos, taxas e encargos que não retornam ao trabalhador - sem falarmos nos altos juros, na verdadeira agiotagem incentivada pelo próprio governo, canalizando as riquezas do País (e as nossas) para um setor improdutivo", conclui.

O Grupo ITAP é constituído pela Divisão de Embalagens Flexíveis, Divisão de Embalagens Rígidas, Divisão Paraná, Cromex Resinas, Nitriflex Elastômero, Nitriflex Resinas, Nitriflex EPDM, Coplen, Dental-Pack e Nortap. □

AGULHA NA BALA

Foi a Itap que estreou a primeira poucheira da Emzo no País, introduzindo o formato stand-up pouch numa promoção por tempo determinado das balas Sonric's da Pepsico. A experiência, que serviu de pré-marketing para a embalagem Class Pak, consumiu oito toneladas de filmes, situa. A estrutura era formada por uma camada externa de polietileno tereftalato (PET) - resina utilizada em garrafas descartáveis de refrigerantes de dois litros - aluminizado e por outra interna de polietileno de baixa densidade linear (PEBDL) - material cuja aplicação predomina em sacolas plásticas - com 120 micra de espessura, crava Barbosa, observando que a vida de prateleira (shelf life) do produto alcançou seis meses. A embalagem conferiu eficiente barreira ao oxigênio e à permeabilidade de fragrância, além de resistência satisfatória à temperatura. A Pepsico repetiu a dose com uma nova promoção da marca Sonric's, que consumiu três meses e mais três toneladas de filmes, utilizando a mesma estru-

Foto: Dois Pontos



Setton: disseminação de BOPS depende de tempo.

tura, só que desta vez com 70 micra de espessura. "A expectativa é a de movimentar 650-850 toneladas de películas flexíveis, quando o sistema se propagar", estipula Guedes.

Adotando a mesma estrutura, a Moinho Santista aderiu à nova embalagem, seguida da RMB. "A experiência com a Pepsico, até então era única, embora a Gessy Lever e a Colgate tivessem testado a Class Pak para produtos da área química, sem previsão de lançamento", acrescenta. A mistura preparada para bolo marca Sol ganhou mercado com shelf life de seis meses, referência que saltou para oito meses na embalagem da maionese Hellmann's posiciona o executivo.

Na confecção da embalagem os equipamentos da Emzo trabalham com alta pressão, baixa permanência de fechamento das mordças e baixa temperatura. "Exibem alta produtividade, com baixo consumo de energia e de ar comprimido", sustenta. Como o PET tem ponto de fusão alto, não sofre enrugamento pois, na soldagem, o PEBDL interno da emba-

lagem se funde e o selante se desfaz no processo. "Essa tecnologia foi testada pelo US Military Department, o mais rígido órgão aferidor do mercado norte-americano de embalagens, sendo aprovada em todos os testes", fulmina.

QUESTÃO DE TEMPO

Inédito na termoformagem local - processo de transformação utilizado na moldagem de potes para iogurte e margarina, p.ex. -, o poliestireno biorientado (BOPS) troca tiros com poliestireno (PS) cristal e policloreto de vinila (PVC) no beco onde predominam aplicações em embalagens do tipo blisters e bandejas para alimentos. O BOPS vem sendo importado em bobinas, desde setembro passado, da transformadora italiana Glasspack (grupo Enichem Polimeri) pela

consultoria Poliset Trade. Bruno Setton, diretor da Poliset, confia que a disseminação local só depende do tempo para transformadores e sua clientela assimilarem o material trazido até o momento como pré-marketing. Além de importar o laminado, a Poliset opera a representação local das transformadoras canadenses GN, afinadas com o processamento de BOPS.

O material, assegura Setton, sobressai pela alta resistência (de 3.200 N/mm² contra 2.500 N/mm² do PS cristal aditivado com PS de alto impacto) e rigidez; brilho e transparência superior a de seus sucedâneos e preço competitivo em relação ao PVC, PET ou resina estirênica K, materiais geralmente utilizados em embalagens como estojo de Kiwi, de bolos e doces. "Está cotado em torno de US\$ 1,50-1,80 o quilo, enquanto que, por exemplo, a resina K atinge US\$ 2 o quilo", compara o empresário, acenando com vantagens de outra ordem em relação ao PVC. Um ganho direto, prossegue, provém do peso específico do BOPS (1,05 g/cm³) que chega a ser 23% inferior ao do

PVC. "Além disso, sendo o BOPS mais resistente, confere uma economia complementar de até 10% na espessura da chapa", sustenta.

Vantagens adicionais, enfileira Setton, pegam o fato de o BOPS ser inerte a substâncias aquosas e soluções de ácidos, álcalis, sal, sabão e detergente. "Uma taxa média de permeabilidade ao vapor d'água de 21,4 a 25,2 g/m² em 24 horas para 50 micra permite ao BOPS preservar a umidade e evitar a condensação, tornando a embalagem ideal para produtos frescos", complementa Setton. Além da estabilidade dimensional, que confere ao material insensibilidade e alterações de umidade relativa numa faixa de temperatura de trabalho de -35°C +80°C, o BOPS prima pela facilidade de selagem a quente, flexibilidade total de impressão e decoração.

A EXPERIÊNCIA DE FORA

A Glasspack, detalha Setton, produz quatro versões de BOPS em função da profundidade, resistência e formato da aplicação, podendo entrar um revestimento superficial de silicone que confere maior termobilidade. Esse material funciona como desmoldante, conferindo ainda melhor características de empilhamento. Disponível em tipos transparente, opaco, colorido ou metalizado, a bobina de BOPS pode ser fornecida com espessura de 100 a 600 micra e largura de 400 mm a 1.600 mm, informa Setton.

Tanto nos Estados Unidos como no Japão, posiciona ele, o principal nicho de mercado é o de produtos perecíveis (fresh food), com 60% da demanda total de BOPS, seguido dos filões de fast food e candy bars (doces e biscoitos), com 20% cada. O sofisticado laminado de Class-Pak e o BOPS dos estojos que ornaram as prateleiras de confeitaria e docerias dimensionam o pique e o fôlego do segmento de embalagens e plásticos para novos desenvolvimentos. É um filão acostumado a polir o seu marketing e afiar a sua competitividade com frequência, contrastando com alas mais acomodadas e que, no cenário atual, ilustra o avanço do plástico no Brasil. □

AOS 62 ANOS ANFPC SE MODERNIZA

Reformulação dos Estatutos, criação de vice-presidências, estabelecimento de novas áreas de responsabilidade, reorganização interna. São processos para tornar a entidade mais ágil, forte e representativa, compatível com o potencial do setor.

Consolidando sua posição de principal entidade representativa do setor a Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose completa 62 anos. Nesse período seu desempenho revelou-se essencial ao desenvolvimento e ao sucesso alcançado pelo segmento de celulose e papel.

A entidade surgiu no Rio de Janeiro, em 15 de abril de 1932, como Federação dos Fabricantes de Papel. Posteriormente, em 1968, transformou-se em Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose. Como a entidade congênere paulista tinha maior atuação, a ANFPC acabou sendo transferida para São Paulo em 1971. Dez anos antes, conforme assinala Marcello Pilar, a Associação Paulista precisou conhecer melhor o seu perfil para assessorar o governo na tarefa de formação da ALALC, hoje ALADI - Associação Latino Americana de Livre Comércio. O primeiro

GT constituído com esse objetivo, em 1961, foi integrado por Omar Simão Racy, Edmundo Cavallari e o próprio Marcello Pilar. O Grupo de Trabalho concluiu pela necessidade de um amplo levantamento do setor, resultando daí o primeiro cadastro dimensionando o setor em todo o território nacional. Esta foi a origem do Relatório Estatístico que até hoje é atualizado pelo GT-6 da ANFPC por contrato com o BNDES. Os Grupos de Trabalho passaram a ser o coração dinâmico da entidade. Mas a grande virada, segundo

Pilar, se deu com a soma de três fatores isolados: o "know-how" acumulado pelos empresários do setor em lidar com matérias-primas e mão-de-obra nacionais; a maturação dos maciços florestais plantados com incentivos fiscais e a inclusão do I Programa Nacional de Papel e Celulose no 2º Programa Nacional de Desenvolvimento - PND, que possibilitou recursos importantes para que a indústria de celulose e papel atingisse economia de escala. Em 80 foram aprovadas as sugestões do Grupo de Debates sobre Planejamento

Estratégico, determinando as diretrizes do setor e seu posicionamento político frente aos diversos cenários.

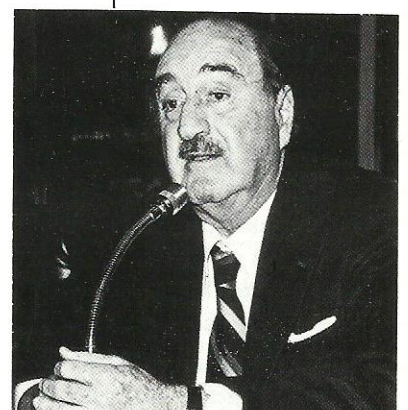
OS PRESIDENTES

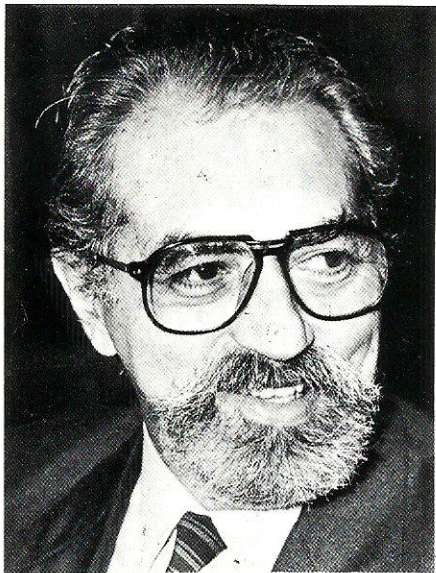
O primeiro presidente da então Federação dos Fabricantes de Papel, em 1932, foi Cícero da Silva Prado. Em 1968, quando ela transformou em Associação Nacional, elegeu-se Luiz Chaloub. Transferida para São Paulo, em 1971, o presidente eleito para o triênio que se iniciava foi Jamil Nicolau Aun

(foto à esquerda). Para suceder-lo foi eleito Samuel Klabin (centro), também reeleito para o triênio 78/80. Com seu falecimento antes do término do mandato assumiu o então vice-presidente Horácio Cherkassky — março de 1979 — que vem sendo reconduzido desde então à presidência da ANFPC. □

PÉS NO CHÃO, OLHO NO FUTURO

As fortes transformações ocorridas no Brasil e no mundo levaram a ANFPC a um processo de reestruturação e modernização, a partir de 1992.





Marcello Pilar: década de 80 marcou a grande virada do setor.

precedentes de mercado com excesso de produção e queda de preços. Tudo isso nos leva a repensar a entidade”.

“ O setor tem grande visibilidade pública e está na mira dos ambientalistas. As pressões, mesmo sendo irracionais e injustas acabam atingindo as empresas. ”

Mário Leonel reconhece que o setor tem uma grande visibilidade pública: por explorar recurso natural está na mira dos ambientalistas; há forte pressão para a redução do consumo de papéis e embalagens em face da grande massa de lixo produzido nas grandes cidades. “Mesmo sendo irracionais e injustas, tais pressões acabam atingindo as empresas independentemente do tamanho do segmento em que operam. Por isso a pressão ambientalista é e será o principal vetor da ação. Outro será a globalização, pois as maiores empresas dependem de mercados externos”. A diretoria da entidade está consciente da necessidade de acompanhar de perto o desenvolvimento dessas questões. “Não há setor forte sem entidade representativa também forte. É só olhar para os principais países produtores e suas entidades como a Fincell, da Finlândia; a Skogindustrierna, da Suécia e a CPPI, do Canadá”.

MUDANÇAS DA ENTIDADE

As mudanças na ANFPC, para se adequar à nova realidade, começaram com a reorganização interna, reformulação dos estatutos, criação de novas áreas de responsabilidades, Grupos de Trabalho e Vice-Presidências ligadas aos mercados e a temas de interesse setorial e a própria Diretoria Executiva para viabilizar

o processo, seguindo o caminho da profissionalização. Com as empresas mais enxutas está difícil a cessão de pessoal para as tarefas da entidade. Por isso elas dotam a entidade de condições adequadas quando a globalização da economia influencia a concorrência e a cooperação. “Não obstante a concorrência, há problemas comuns cujos interesses são convergentes e necessitam soluções supra-empresariais, via estruturas apropriadas. Veja-se o exemplo do Selo Verde (Eco-Label) que exige grande esforço e ação coordenada no exterior”, exemplifica Mário Leonel. Ele sintetiza que trabalha com duas linhas prioritárias: um Programa de Comunicação Social e um Programa de Atividades. O primeiro já aprovado pela diretoria e o segundo em discussão. A intenção é ampliar o raio de ação da ANFPC e estruturá-la melhor. Ele comenta a intenção de participar intensamente, com a FIESP, SEBRAE e outras entidades, de programas de apoio às pequenas empresas do setor, “fundamentais para a renovação empresarial”. E revela-se um otimista: “Passei por governos, empresas privadas e agora estou vivendo este novo desafio, bastante comprometido com o desenvolvimento da ANFPC. Sinto que o setor tem um grande potencial e quero ver a entidade crescer junto com as empresas”, finalizou. □



Mário Leonel: adequar a entidade à nova realidade mundial

O objetivo é a profissionalização da entidade para que ela venha a atuar como prestadora de serviços e consolidar sua ação política. Para a tarefa a diretoria escolheu Mário Higinio Neves Mello Leonel, advogado pela Universidade Mackenzie Pós-Graduado em Administração de Empresas pela FGV em 1967. Foi sub-chefe da Casa Civil do Governo do Estado, entre 75 e 79.

É o Diretor Executivo da ANFPC que acumula a mesma função na Associação Paulista e no Sindicato que oferece a nova ótica da entidade nesses anos 90: “Para entender o que virá em futuro é preciso olhar os últimos quatro anos. Foram muitas as mudanças no Brasil e no mundo. Plano Collor, reformas econômicas, forte recessão combinada com abertura, o Mercosul e, mais recentemente, crise política e aumento da inflação. Agora estamos em meio à revisão constitucional e ao processo eleitoral. No exterior vimos a queda do Muro de Berlim e a criação dos blocos comerciais na Europa e na América do Norte”, assinala Mário Leonel para argumentar que nenhuma atividade empresarial fica imune a tais mudanças gerais. No caso do setor ele acrescenta que as mudanças foram ainda mais dramáticas: “alterações no processo produtivo com novos métodos de braqueamento da celulose sem uso do cloro; uma crise sem

QUEM MAIS TEM 127 ANOS DE EXPERIÊNCIA MUNDIAL EM PISOS E REVESTIMENTOS?

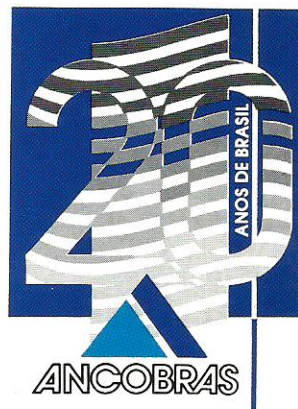
PODIUM

Revestimento anticorrosivo
em torre de branqueamento
Aracruz Celulose S.A.



Piso Industrial monolítico
Aços Villares S.A.

Ao comemorar 20 anos de Brasil, a Ancobras oferece ao mercado nacional os 127 anos de experiência mundial do grupo Keramchemie-Gail. O que, para você, significa a garantia da mais alta tecnologia em pisos industriais e revestimentos anticorrosivos - aliás, a Ancobras fabrica a mais completa linha de produtos para estas aplicações do mercado brasileiro. E tem mais: o atendimento à sua consulta e o acompanhamento técnico de seu projeto te



como padrão a tradicional eficiência germânica. Se duvidar não pergunte para nós Pergunte para quem nos conhece bem, como a Usiminas, a Villares, a Bayer, a Aracruz, a Nestlé e muitos outros. Eles não abrem mão da nossa experiência - aqui e lá fora.

ANCOBRAS ANTICORROSIVOS DO BRASIL LTDA
Rod.Pres.Dutra, Km 223 - Guarulhos - SP
Tel.:(011) 912-0011 - Telefax:(011) 912-0574
CEP 07034-901 - C.Postal 258

1993 REGISTROU MODESTO CRESCIMENTO DA PRODUÇÃO

Apesar da ociosidade da capacidade instalada, a produção de papel registrou crescimento de 9,32%. Já as exportações de celulose deram um salto de 19,98% em volume, compensando os preços deprimidos.

A pesar da persistência de um nível ainda elevado de ociosidade — em média 20% em papel e 15% em celulose — sobre uma capacidade instalada maior em 1993 — 6,7 milhões de toneladas de papel e 6,5 milhões de toneladas de celulose — o ano consagrou a tese de que o crescimento econômico empurra irreversivelmente o consumo desses produtos. Ao crescimento do PIB de 4,96% em 93 correspondeu um consumo per capita de 29,4 kg de papel contra 26,6 kg em 92. O aumento da capacidade instalada do setor, que agregou 516 mil toneladas de papel à produção nacional em 93, se deveu a entrada em funcionamento de projetos em andamento desde o início da década, decorrência de investimentos efetivados no período 89/93, equivalentes a US\$6,1 bilhões, o que reflete o dinamismo do setor representa-

| FATURAMENTO DO SETOR (US\$ MILHÃO) | | | | | | |
|---------------------------------------|-----|----------|-------|------------|-------|--------|
| ANO | PAR | CELULOSE | PAPEL | ARTEFATOS+ | TOTAL | VAR % |
| 1984 | 9 | 710 | 1689 | 285 | 2693 | - |
| 1985 | 6 | 547 | 1816 | 319 | 2688 | -0.19 |
| 1986 | 10 | 565 | 2250 | 429 | 3254 | 21.06 |
| 1987 | 18 | 875 | 2809 | 564 | 4266 | 31.10 |
| 1988 | 17 | 1067 | 3735 | 528 | 5347 | 25.34 |
| 1989 | 29 | 1305 | 4762 | 1017 | 7113 | 33.03 |
| 1990 | 18 | 1090 | 3643 | 708 | 5459 | -23.25 |
| 1991 | 18 | 1068 | 3245 | 618 | 4949 | -9.34 |
| 1992 | 12 | 1248 | 3211 | 667 | 5138 | 3.82 |
| 1993** | 9 | 1053 | 3460 | 762 | 5284 | 2.84 |

* Dolar Médio do ano=Revista Suma Econômica
 ** Dados Preliminares
 + Empresas Integradas
 FONTE: ANFPC

do por 230 empresas que operam 264 unidades industriais em 17 Estados.

O aumento da produção (9,32%) e do consumo doméstico (5,47%) de papel em 93, revelou-se modesto em função da expansão da capacidade instalada e as vendas externas, uma vez mais, foram essenciais para sustentar o ritmo das máquinas, o nível da atividade setorial e de empregos. Com um ligeiro declínio as exportações de papel mantiveram-se praticamente no mesmo patamar de 1992, com embarques de 1,2 milhão de toneladas. A expansão significativa se deu nas vendas externas de celulose, com 2 milhões de toneladas, um salto de 19,98% sobre o ano anterior.

Com a economia mundial ainda debilitada e os preços pressionados por excesso de oferta, os valores da receita não

acompanharam a expansão das exportações. Mas a maior penetração da celulose no exterior evidencia a excelente competitividade do produto brasileiro ao ampliar mercados num cenário de demanda reprimida.

A Secretaria de Comércio Exterior (Secex) do Ministério da Indústria e Comércio contabiliza mais de US\$1.5bilhão em exportações de celulose e papel em 93, uma participação de 3,91% no total de vendas externas do país.

A competitividade brasileira está reconhecidamente assentada na qualidade e elevada produtividade dos insumos florestais, considerando que o setor implantou florestas homogêneas com o uso de modernas técnicas silviculturais na área de biotecnologia. A produtividade média no eucalipto elevou-se a 30 m³ de madei-

PRODUÇÃO TOTAL EM TONELADAS

| ANO | PAR | CELULOSE | PAPEL |
|-------|--------|----------|---------|
| 1984 | 237366 | 3364385 | 3742302 |
| 1985 | 312513 | 3403464 | 4021400 |
| 1986 | 358330 | 3555407 | 4525570 |
| 1987 | 390471 | 2664461 | 4711664 |
| 1988 | 397688 | 3792868 | 4683952 |
| 1989 | 426421 | 3943879 | 4871336 |
| 1990 | 436455 | 3914688 | 4715791 |
| 1991 | 431596 | 4346520 | 4914113 |
| 1992 | 431777 | 4870567 | 4920733 |
| 1993* | 475247 | 5034175 | 5379644 |

* Dados Preliminares
 FONTE: ANFPC

ra por hectare/ano e há esforços para dobrar essa marca nos próximos anos. Com isso, mesmo que os nossos concorrentes estejam dispondo de madeiras sem custos e até subsidiadas, como no Canadá, podemos chegar a custos finais de produção ainda competitivos. Vale lembrar, porém o risco das pressões sobre essa vantagem comparativa: ainda há um elevado custo para o capital, escassez de linhas de financiamento, altos custos portuários e uma pesada carga tributária incidindo sobre a produção. Dado facilmente perceptível quando se verifica o crescimento

do faturamento do setor em 93 (US\$5,284 bilhões), da ordem de 2,4% contra a expansão de 3,7% nas taxas e impostos pagos aos governos municipal, estadual e federal no mesmo ano (US\$614 milhões).

O setor emprega pouco mais de 170 mil pessoas diretamente na atividade industrial e no cuidado de suas florestas plantadas e renováveis.

Não obstante os avanços e recursos da atividade econômica nacional, o setor ostentou, no período de 83 a 93, um crescimento médio anual de 4,3% na produção de papel e de 5,3% na de celulose.

SINAIS DE RECUPERAÇÃO

Criou-se uma forte impressão no sentido de que 1993 tenha sido o ano de reequilíbrio para a retomada de um novo boom setorial até o final da década. Os estoques mundiais de celulose esgotaram-se e as carteiras começam a receber novos pedidos, com vigorosos indícios de recuperação dos negócios mundiais. Por outro lado, por falta de competitividade, muitas fábricas fecham provisória ou definitivamente ao redor do mundo, acelerando a retomada do equilíbrio entre

CELULOSE - PRODUÇÃO E DESTINO DA PRODUÇÃO
EM t

| PRODUÇÃO | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993* |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Fibra Longa | | | | | | | | | | |
| . branqueada | 195375 | 202972 | 207794 | 193436 | 191378 | 203151 | 216703 | 224820 | 239486 | 302050 |
| . não-branqueada | 742268 | 855338 | 911974 | 970619 | 1051240 | 1022860 | 957753 | 987644 | 1022833 | 1057911 |
| Fibra Curta | | | | | | | | | | |
| . branqueada | 2083508 | 2078285 | 2168858 | 2201216 | 2246070 | 2369582 | 2377540 | 2794642 | 3246655 | 3346120 |
| . não-branqueada | 343234 | 266869 | 266781 | 299190 | 304180 | 348286 | 362692 | 339414 | 361593 | 328094 |
| P.A.R | 237366 | 312513 | 358330 | 390471 | 397688 | 426421 | 436455 | 431596 | 431777 | 475247 |
| TOTAL | 3601751 | 3715977 | 3913737 | 4054932 | 4190556 | 4370300 | 4351143 | 4778116 | 5302344 | 5509422 |
| CONSUMO PRÓPRIO | | | | | | | | | | |
| Fibra Longa | | | | | | | | | | |
| . branqueada | 68874 | 68702 | 68413 | 67469 | 67811 | 71792 | 66312 | 61913 | 63754 | 84323 |
| . não-branqueada | 730883 | 838281 | 893930 | 944872 | 1022921 | 997466 | 917300 | 955450 | 998326 | 1028474 |
| Fibra Curta | | | | | | | | | | |
| . branqueada | 632414 | 712726 | 781874 | 792840 | 891563 | 916847 | 914787 | 968725 | 1002391 | 1191041 |
| . não-branqueada | 293995 | 209810 | 209839 | 242475 | 246006 | 291567 | 318002 | 307164 | 326013 | 292272 |
| P.A.R | 189856 | 261426 | 302992 | 320890 | 331792 | 352455 | 366591 | 370531 | 367272 | 409530 |
| TOTAL | 1916022 | 2090945 | 2257048 | 2368546 | 2560093 | 2630127 | 2582992 | 2663783 | 2757756 | 3005640 |
| VENDAS DOMÉSTICAS | | | | | | | | | | |
| Fibra Longa | | | | | | | | | | |
| . branqueada | 84133 | 85831 | 91150 | 75526 | 75266 | 59489 | 70210 | 78535 | 82201 | 84735 |
| . não-branqueada | 11176 | 12661 | 12805 | 25392 | 29047 | 26673 | 38518 | 29714 | 23701 | 22603 |
| Fibra Curta | | | | | | | | | | |
| . branqueada | 528514 | 575020 | 569627 | 577335 | 461841 | 478564 | 488096 | 544904 | 511885 | 463506 |
| . não-branqueada | 43214 | 56495 | 55626 | 42787 | 40166 | 47084 | 23921 | 18212 | 20735 | 20767 |
| P.A.R | 38512 | 41582 | 43367 | 42980 | 53517 | 67060 | 56611 | 47381 | 54168 | 57220 |
| TOTAL | 705549 | 771589 | 772575 | 764020 | 659837 | 678870 | 677356 | 718746 | 692690 | 648831 |
| VENDAS EXTERNAS | | | | | | | | | | |
| Fibra Longa | | | | | | | | | | |
| . branqueada | 44365 | 53266 | 51877 | 57639 | 49950 | 44106 | 89515 | 82614 | 99822 | 141829 |
| . não-branqueada | 2664 | 3175 | 3442 | 1027 | 530 | 1121 | 466 | 356 | 358 | 110 |
| Fibra Curta | | | | | | | | | | |
| . branqueada | 898325 | 830984 | 799174 | 850451 | 909286 | 898889 | 981882 | 1264175 | 1566039 | 1865632 |
| . não-branqueada | 12293 | 2147 | 1512 | 4584 | 19296 | 6203 | 11969 | 12494 | 14296 | 10296 |
| P.A.R | 6562 | 6866 | 10102 | 11311 | 7441 | 5005 | 7445 | 8670 | 7472 | 7476 |
| TOTAL | 964209 | 896438 | 866107 | 925012 | 986503 | 955324 | 1091277 | 1368309 | 1687987 | 2025343 |

* Dados preliminares — Fonte = ANFPC — GT06/REVISTA

PAPEL PRODUÇÃO E DESTINO DA PRODUÇÃO
EM t

| PRODUÇÃO | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993* |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Papel para Imprensa | 108578 | 207565 | 217864 | 231621 | 246294 | 230239 | 246400 | 253097 | 237453 | 267741 |
| Papel para Impressão | 691488 | 761106 | 932359 | 1007913 | 1007436 | 1003465 | 931531 | 995701 | 1110307 | 1401234 |
| Papel para Escrever | 375885 | 384707 | 374030 | 302343 | 311468 | 300355 | 357732 | 378841 | 286650 | 268748 |
| Papel para Embalagem | 1769876 | 1807051 | 2065735 | 2174156 | 2182433 | 2329247 | 2184300 | 2229720 | 2224315 | 2347345 |
| Papéis Sanitários | 274469 | 288218 | 294402 | 334113 | 365223 | 375870 | 403712 | 419257 | 442382 | 452284 |
| Cartões e Cartolinas | 395709 | 457541 | 498970 | 523998 | 446938 | 474075 | 470038 | 509838 | 502215 | 521056 |
| Papéis Especiais | 126297 | 115212 | 142210 | 137520 | 124160 | 138085 | 122078 | 127659 | 117411 | 121236 |
| TOTAL | 3742302 | 4021400 | 4525570 | 4711664 | 4683952 | 4851336 | 4715791 | 4914113 | 4920733 | 5379644 |
| CONSUMO PRÓPRIO | | | | | | | | | | |
| Papel para Imprensa | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Papel para Impressão | 24732 | 2738 | 12327 | 14259 | 7141 | 4633 | 13725 | 5640 | 8001 | 3821 |
| Papel para Escrever | 13618 | 10712 | 984 | 742 | 7030 | 14506 | 14599 | 18405 | 20019 | 17784 |
| Papel para Embalagem | 601059 | 605732 | 705993 | 752890 | 643946 | 721445 | 625716 | 712606 | 642566 | 896943 |
| Papéis sanitários | 111 | 74 | 86 | 779 | 254 | 105 | 126 | 78 | 56 | 0 |
| Cartões e Cartolinas | 3328 | 303 | 1333 | 1338 | 2347 | 2561 | 4139 | 4258 | 4937 | 5004 |
| Papéis Especiais | 7474 | 6225 | 12920 | 12486 | 12912 | 12459 | 12599 | 13490 | 11372 | 11932 |
| TOTAL | 650322 | 625784 | 733643 | 782494 | 673630 | 755709 | 670904 | 754477 | 686951 | 935484 |
| VENDAS DOMÉSTICAS | | | | | | | | | | |
| Papel para Imprensa | 105404 | 198163 | 214776 | 215025 | 234545 | 226107 | 229972 | 232656 | 218072 | 240341 |
| Papel para impressão | 518577 | 605798 | 710876 | 707594 | 635311 | 683034 | 549669 | 642840 | 607185 | 774590 |
| Papel para Escrever | 203657 | 253702 | 254386 | 210389 | 185363 | 211335 | 228262 | 217522 | 161241 | 145045 |
| Papel para Embalagem | 900177 | 1015969 | 1136867 | 1158987 | 1050682 | 1253168 | 1065192 | 1110412 | 1039757 | 996660 |
| Papéis Sanitários | 249117 | 267867 | 284195 | 328406 | 353983 | 368204 | 388922 | 411009 | 424170 | 416814 |
| Cartões e Cartolinas | 331658 | 399199 | 440042 | 487357 | 382388 | 445145 | 386733 | 422233 | 406049 | 445632 |
| Papéis Especiais | 108429 | 102803 | 123011 | 118306 | 107154 | 121593 | 101623 | 106700 | 98727 | 98042 |
| TOTAL | 2417019 | 2843501 | 3164153 | 3226064 | 2949426 | 3308586 | 2950373 | 3143372 | 2955201 | 3117124 |
| VENDAS EXTERNAS | | | | | | | | | | |
| Papel para Imprensa | 349 | 1324 | 3449 | 16675 | 9551 | 7463 | 16668 | 8328 | 23891 | 23152 |
| Papel para Impressão | 158979 | 151590 | 218181 | 282676 | 358978 | 322785 | 367544 | 331952 | 495530 | 594576 |
| Papel para Escrever | 164483 | 116115 | 122633 | 86593 | 121059 | 79956 | 110328 | 152876 | 113469 | 97585 |
| Papel para Embalagem | 245159 | 161956 | 220800 | 222210 | 465175 | 341046 | 390944 | 439906 | 526753 | 416159 |
| Papéis Sanitários | 17341 | 17552 | 15051 | 1509 | 8818 | 11702 | 10058 | 6000 | 12933 | 20731 |
| Cartões e Cartolinas | 63786 | 53808 | 46696 | 21312 | 65851 | 53374 | 61522 | 80190 | 91316 | 59304 |
| Papéis Especiais | 9310 | 5569 | 5857 | 5697 | 3967 | 4857 | 5280 | 6471 | 8446 | 10333 |
| TOTAL | 659407 | 507914 | 632667 | 636672 | 1033399 | 821183 | 962344 | 1025723 | 1272338 | 1221840 |

* Dados preliminares — Fonte = ANFPC — GT06/REVISTA

oferta e consumo. A impressão de especialistas é de que a retomada do crescimento da economia nos Estados Unidos, — aliada à possibilidade de recuperação européia e às medidas de impacto do Japão para reverter o período recessivo — poderá elevar o consumo substancialmente, quase ao pico da capacidade instalada mundial remanescente. Como o mercado externo é essencial para a produção de escala brasileira, essa perspectiva já se refletiu em melhoria da qualidade e da competitividade pelas empresas, fato atestado pelo aumento da

certificação, no setor, com as Normas ISO-9000. Além dessa expectativa de retomada da economia mundial, os institutos especializados estão prevendo um aumento médio anual da ordem de 2,5%, até o final deste século, sobre o consumo mundial de papel (246 milhões de toneladas) em 92. Dentro desse novo cenário é possível prever um aumento de 6% na produção de papel e de 8% na de celulose neste exercício de 94, ampliando o nível de utilização da capacidade instalada no Brasil.

Como a economia mundial é dinâmica

convém não esquecer que, ao lado desses fatores de oportunidade, continua pesando séria ameaça: a do aumento do protecionismo através da criação de barreiras não-tarifárias, como o chamado selo verde, para dificultar a penetração dos produtos brasileiros produzidos a partir de fibras virgens vegetais nos mercados do primeiro mundo.

Cabe finalmente ressaltar a contribuição do setor à economia brasileira: o faturamento de US\$5,284 bilhões em 93 representou 3,3% do Produto Industrial do país e 1,24% do PIB. □

PAPEL BRANCO ACEITA QUALQUER COISA PAPEL MAIS BRANCO SÓ ACEITA

QUIMICEL®

Com QUIMICEL você
produz papéis de
alvura inigualável.
QUIMICEL é uma carga
mineral atóxica
e não-abrasiva
e tem a qualidade
garantida pela SERRANA.



 **Serrana**

Serrana S.A. de Mineração

Assist. Técnica - (0138) 54-1210 ramais 331/343

QUIMICEL - A ALVURA DO PAPEL

PESQUISA TECNOLÓGICA FICA MELHOR COM UNIÃO DE TODOS

Lei 8.661, velha reivindicação empresarial, começa a funcionar, seus incentivos fiscais ajudam a pesquisa tecnológica cooperativada e vão dar frutos. Entre eles, o carvão de capim e o civilizado selo ecológico.

A regulamentação da Lei nº 8.661, de 2 de junho de 1993, pelo decreto nº 949, em 5 de outubro de 1993, já começa a apresentar seus frutos.

É uma antiga reivindicação da classe empresarial. O contorno dessa legislação começou a se formar durante o governo Sarney, quando foram assinados decretos criando estímulos fiscais para o desenvolvimento tecnológico em algumas áreas. Os conceitos seguiam a experiência da velha Lei de Informática, em que as empresas estavam autorizadas a descontar até o limite de 8% de seu Imposto de Renda, todo investimento que fizeram para a capacitação tecnológica.

A luta pela criação de estímulos fiscais para que as empresas investissem em pesquisas, se aproximassem das universidades e, com isso, buscassem a eficiência e a competitividade teve como um dos líderes o empresário José Mindlin, diretor do Departamento de Tecnologia (Detec) da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp). A idéia básica era dar prioridade aos esforços coordenados, ou seja, por grupos de empresas que, auxiliadas pelos institutos de pesquisas, obteriam significativa redução de custos e foi tema de amplas negociações com técnicos do Ministério da Ciência e Tecnologia.

"Apenas por meio de investimentos em pesquisas tecnológicas o produto brasileiro poderá fazer frente à concorrência externa no mercado interno e ganhar espaço no comércio exterior", ensina

Mindlin, que é também membro do Conselho de Administração da Metal Leve.

"A Lei 8661/93 e sua regulamentação oferecem instrumentos de apoio à capacitação tecnológica das empresas industriais e agropecuárias, colocando o Brasil em posição equivalente à dos países mais desenvolvidos. Sempre é bom frisar que esses incentivos fiscais não são peças isoladas, mas fazem parte do Programa de Apoio à Capacitação Tecnológica da Indústria - PACTI, conduzido pelo Ministério de Ciência e Tecnologia e Integrante da Política Industrial e de Comércio Exterior, conforme afirmação de José Paulo Silveira, secretário executivo do MCT, em palestra feita no Instituto de Estudos Avançados da USP. Ele acrescenta que as grandes empresas do mundo estão participando, cada vez mais, de projetos de pesquisa cooperativa para reduzir o tempo de lançamento de novos produtos e obter novas tecnologias.

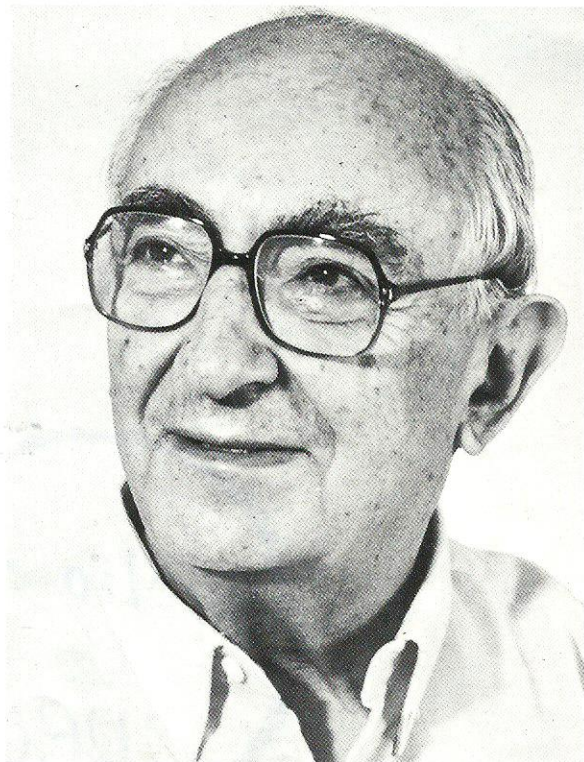
O Brasil ainda investe pouco em pesquisa e desenvolvimento: entre 0,3 a 0,4% do PIB. Este ano poderá chegar a 0,7%. O Governo poderá subsidiar até US\$200 milhões para esta área. A título de comparação, a Alemanha aplica 5% do seu PIB em pesquisa,

porcentagem que a Coréia pretende alcançar no ano 2000.

Silveira diz que dos US\$200 milhões, muito pouco deverá ser destinado à área de pesquisa cooperativada, mas os projetos deste tipo terão prioridade sobre os demais.

CARVÃO DE CAPIM: UM EXEMPLO

As indústrias siderúrgicas de Minas Gerais se uniram e, com apoio do Insti-



José E. Mindlin

CENTRO DO PLÁSTICO

tuto de Pesquisas Tecnológicas da Universidade de São Paulo (IPT-USP), buscam um substitutivo para as reservas florestais para obter o carvão que queimam em suas caldeiras. Mário Cortopassi, presidente do IPT, cita o estudo sobre gramíneas para substituir árvores como o eucalipto, na produção do carvão vegetal.

O projeto de utilização de gramíneas para a produção de carvão está ainda em fase inicial, informa Cortopassi. Estão sendo definidas as verbas e os campos para os experimentos. Mas o presidente do IPT diz que o estudo é pioneiro e deverá proporcionar bons resultados.

Empresas que participam de projetos como o desenvolvido pelo IPT poderão obter a dedução de até o limite de 8% do Imposto de Renda do valor equivalente à aplicação da alíquota cabível do imposto à soma dos dispêndios com atividades de pesquisas e de desenvolvimento tecnológico e industrial.

A nova lei permite a isenção do Imposto sobre Produtos Industrializados incidente sobre equipamentos, máquinas, aparelhos e instrumentos, desde que destinados ao desenvolvimento tecnológico. Os beneficiários da dedução poderão, também, promover a depreciação acelerada (multiplicada por dois), destes equipamentos para efeito de apuração do Imposto de Renda

Está prevista ainda na nova legislação, a amortização acelerada dos dispêndios relativos à aquisição de bens intangíveis, vinculados à atividade de pesquisa e desenvolvimento tecnológico. E ainda: crédito de 50% do IR retido na fonte e redução de 50% do Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro ou Imposto sobre Operações Financeiras (IOF), incidentes sobre os valores pagos, retidos ou creditados a beneficiários residentes no Exterior, por prestação de assistências técnica ou científica e de serviços especializados, previstos em contratos de transferência de tecnologia.

Outro exemplo de esforço conjunto é a instalação do Instituto Nacional do Plástico (INP). As Associações Brasileiras das Indústrias de Máquinas, (Abimaq), Química (Abquim) e de Materiais Plásticos (Abiplast) se uniram e criaram o INP e agora reúnem recursos para a instalação do Centro Tecnológico do Plástico. As entidades utilizarão instalações do SENAI na criação de uma escola para a formação de técnicos em plásticos em nível superior e nível médio.



Celso Hahne

Este ano, US\$ 200 milhões serão destinados à área de pesquisa. Os projetos cooperativados terão prioridade no Ministério da Ciência e Tecnologia.

O presidente do INP, Celso Hahne, também presidente da Abiplast, diz que buscará recursos de instituições de fomento tecnológico, entre as quais, o Finep (Financiadora de Estudos e Projetos), para poder financiar o projeto, orçado em US\$2,5 milhões. Hahne explica que a maior dificuldade das indústrias é a escassez de mão-de-obra especializada. "Temos 180 mil empregados no setor de plásticos, dos quais só a minoria entende do assunto."

Projetos como o do Centro Tecnológico do Plástico devem obter a aprovação do Ministério de Ciência e Tecnologia. É por meio desse órgão, ou de instituições vinculadas a ele, que a Secretaria da Receita Federal deve ser notificada para que empresas e entidades possam se beneficiar das isenções fiscais.

O processo de modernização em busca de maior produtividade e competitividade tem levado muitas empresas a desenvolver tecnologias conjuntamente. A associação de empresas concorrentes permite uma economia significativa dos gastos com pesquisas.

A abertura do mercado interno ao artigo importado força as empresas a aprimorar seus produtos. As exigências cada vez maiores dos consumidores estrangeiros, especialmente no que diz respeito à convivência harmônica com o meio ambiente, obriga a indústria a buscar processos de produção sofisticados.

Além de demonstrar que os processos de produção são compatíveis com os padrões internacionais, por meio da obtenção de certificado, como o ISO-9000, as empresas se preparam para comprovar que sua atuação não agrida o meio ambiente. A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) deverá em breve emitir rótulos ecológicos, na Europa chamados de selo verde, para que os produtos brasileiros não enfrentem restrições em mercados onde se desenvolve uma rigorosa cultura de proteção da natureza. Com os incentivos fiscais proporcionados pela Lei 8.661, empresa como as de embalagens de plásticos e as indústrias de papel e celulose investem em pesquisa de processo de produção e, segundo informa a ABNT, em breve estarão prontas para obter certificados verdes, os civilizados selos ecológicos.

Entidades como a Fundação Brasileira de Tecnologia de Soldagens (FBTS) e a Associação Brasileira de Ensaio não Destrutivos (Abend) têm desenvolvido projetos cooperados com resultados altamente compensadores. □

MERCADO ESTAGNADO

Em 1986, época do Cruzado, foram vendidos no Brasil, 359 milhões de exemplares de livros. Foi um recorde. De lá para cá, antes da URV, as vendas entraram em queda livre.

Ano passado foram comercializados pouco mais de 288 milhões de unidades. Mas há expectativas positivas.

A indústria editorial brasileira vendeu, em 1993, 288,47 milhões de livros. Mesmo volume em relação a 1992 e 1991, quando as vendas estiveram acima dos 289 milhões de unidades. Durante três anos consecutivos, foi mantida a recuperação de 35% sobre os 212 milhões de unidades comercializadas em 1990, ano em que toda a economia foi duramente atingida pelo confisco dos ativos financeiros do Plano Collor I.

Se nestes últimos anos a indústria editorial vem conseguindo apenas manter uma estabilidade, mais preocupante é verificar o que ocorreu na última década. Não apenas saúde, educação, moradia e emprego ressentiram-se da sucessão de choques econômicos. Outra grande vítima do processo foi a cultura. Em 1984 a indústria editorial vendeu 260 milhões de livros, pulando para 299 milhões de unidades em 85 e chegando ao auge em 86, quando o falso milagre do Cruzado fez esta cifra atingir seu recorde, 358,8 milhões de unidades.

Nesta época, sonhava-se nos meios editoriais com a possibilidade de um crescimento contínuo do Produto Interno Bruto de 15% ao ano, o que representaria a possibilidade de vendas, em 1991, de 721 milhões de livros, ou cinco unidades "per capita". A realidade foi dura com estes sonhos. No triênio 1984/86 o consumo de livros "per capita" no Brasil foi, respectivamente, de 2,02; 2,28 e 2,65. Já



no triênio 1991/93 se leu, em média, 1,97; 1,93 e 1,89 livros por ano.

FUTURO

Alfredo Weiszflog, da Melhoramentos, que presidiu a Câmara Brasileira do Livro - CBL quando estas projeções foram feitas, considera a inflação a grande inimiga do livro. Por causa dela, um setor que era forte, o de vendas de coleções em prestações, começou a desaparecer em 1988 e 1989. Mas ele tem esperanças: com a dolarização ou adoção da URV, "os preços caem no mínimo 30% e, automaticamente, as vendas sobem uns 20%".

O editor não considera que houve

retrocesso cultural na década, pelo contrário. Para provar isto, cita o salto de 12 milhões de livros infantis vendidos em 1982 para 32 a 33 milhões no ano passado, "abrindo para o futuro um mercado enorme de leitores".

Mesmo sem crescer na última década, o mercado de livros do Brasil está a frente de países como a Espanha, onde a tiragem anual é de 280 milhões de exemplares, da Itália e dos países escandinavos. Na França, um país com vasta tradição cultural, as tiragens anuais situam-se entre 500 e 600 milhões de unidades, chegando a 2 bilhões nos EUA.

Atualmente, aponta Weiszflog, que é presidente do Grupo Interamericano de



Foto: Milton Queiroz

muito perigoso limitar o mercado ao seu topo. Se falta este comprador de elite, onde vou buscar a sobrevivência?”.

BAIXAS TIRAGENS

“Em 1993 não houve melhora, apenas equilíbrio, mas não conseguimos ultrapassar esta crise que está aumentando”, revela Danda Prado, proprietária da Editora e das cinco livrarias Brasiliense. Ano passado a empresa realizou um trabalho de exposição mais intensa na mídia de seus lançamentos. Mas por conta da perda do poder aquisitivo, considera Danda, nem reduções em 10% nos preços dos livros, nas livrarias, surtiram efeito: “Até em noites de lançamento tem surgido grupos que se cotizam para compra do livro a ser autografado pelo autor”.

Um “best seller” como Noites Felinas, de Cyrille Collard, a autobiografia de um portador de HIV, que na França vendeu um milhão de exemplares e recentemente teve reedição de 400 mil livros, “aqui não esgota uma edição de cinco mil”, diz Danda Prado. As baixas tiragens iniciais, mais os custos financeiros, perpetuam o círculo vicioso do livro caro para o poder aquisitivo do brasileiro. A isto, diz Danda, acrescenta-se a obrigatoriedade, por lei, de manter o preço de capa. Na hipótese dos preços se estabilizarem, esta lei tornaria impossível seguir o exemplo das editoras norte-americanas, que alguns meses após o lançamento, “promovem livros de 10 dólares por cinco ou até dois dólares”, exemplifica a editora.

O presidente da Câmara Brasileira do Livro, Armando Antongini Filho, também aponta na redução das tiragens um dos fatores que encarecem o preço do livro. “Há três ou quatro anos, a tiragem mínima era de dois mil exemplares. Hoje se fala em edições de até 1.200 livros, o que certamente encarece o produto.” Apesar disto, não considera excessivo o preço do livro brasileiro. “O que custa caro são os insumos, a impressão gráfica e o custo financeiro”, aponta. Este último, segundo o presidente da CBL, é o vilão maior da estória. Até o livro ser vendido e o editor reembolsado, o custo financeiro chega a 54%, pelos cálculos da CBL.

Editores e vice-presidente da União Internacional dos Editores, o País vem mantendo um intercâmbio muito ativo de livros com a Argentina. No ano passado a Melhoramentos aumentou em 15% o faturamento graças a um aumento no número de lançamentos, principalmente de livros infantis.

TOPO DA PIRÂMIDE

“O fato das vendas não aumentarem não significa que se leia menos”, sustenta Pedro Herz, proprietário da livraria que a “Vejinha” considera a melhor da cidade de São Paulo, a Cultura, e de uma editora de livros de negócios. “De uns anos para cá há mais leitores por exemplar, princi-

palmente de ficção, o que é muito salutar porque aumenta o hábito da leitura.”

Herz aponta também melhorias qualitativas na área editorial: as editoras passaram a ser mais rigorosas na seleção de títulos.” Há uns 15 anos havia editora publicando até dois títulos por dia, basicamente “best-sellers” importados. Em compensação, o mercado, lamentavelmente, está se aproximando do topo da pirâmide. Vendemos um livro de alto valor ao invés de 10 de preço baixo. A indústria editorial cresce no seu faturamento e decresce nas unidades vendidas”, diz. Por trás disso estaria a perda de poder aquisitivo da população e o aumento do preço real do livro, especialmente ano passado. Ele adverte: “É

Mesmo com toda a crise, o faturamento global das editoras cresceu pouco mais de 3% em 1992 e 1993, embora as vendas tenham se mantido nos 289 milhões de unidades. De US\$ 871.640.216 em 1991, o faturamento do setor passou para US\$ 901.482.265 em 1992 e US\$ 931.324.314 em 1993. Estes valores referem-se às vendas das editoras para as distribuidoras e livrarias. O conjunto do mercado, segundo informações da CBL, mobiliza aproximadamente o dobro disto, ou US\$ 1,9 bilhão.

LIVROS/SOLUÇÕES

Seja individualmente, ou através de suas entidades de classe, o setor editorial está sempre em busca de soluções criativas para superar a crise, vender mais livros e atingir seu objetivo maior: expandir a cultura. Um instrumento importante para isto é o Convênio do Papel, que reúne a Câmara Brasileira do Livro, CBL, Sindicato Nacional dos Editores de Livros, Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, Associação Paulista dos Fabricantes de Papel e Celulose, Associação Nacional de Livrarias e Associação Brasileira de Difusão do Livro em Coleções.

Já existiu um primeiro Convênio nos anos 80, mas de atuação restrita a São Paulo, informa Mário Leonel, que preside o Convênio e é diretor executivo das Associações Nacional, Paulista e Sindicato da Indústria de Papel e Celulose. Nas suas duas versões, o Convênio determinava que tanto editores como fabricantes de papel lhe destinariam 0,5% da venda de papel destinado a livros. "Quando o Convênio estiver em sua plenitude, poderemos arrecadar US\$ 1 milhão", avalia Leonel.

BIBLIOTECA EM AMERICANA

Da sua relação de 10 projetos, ou "decálogo", como Leonel prefere chamá-los, o Convênio está centrando esforços, atualmente, num deles: a criação ou ampliação do acervo de bibliotecas de pequenas e médias



Alfredo Weisflog

ciudades. Na cidade-piloto, Americana, já foi realizado o trabalho preparatório. Um técnico contratado pelo Convênio avaliou o potencial da cidade e formou uma comissão de estudo para indicar qual será o acervo da futura biblioteca local. A comissão, formada por educadores e líderes comunitários, com o apoio da

Prefeitura, está agora contatando empresários locais que queiram fazer doações à biblioteca.

Estas doações, que têm direito aos benefícios fiscais da Lei Rouanet, não serão feitas diretamente, e sim pela aquisição de checklivros CBL, através de contrato. Os checklivros serão repassados diretamente à biblioteca, para adquirir os livros que quiser. "É uma forma de evitar burocracia, utilização inadequada do dinheiro e até valorização do livreiro local", afirma Hélio Dias, coordenador do Convênio e gerente geral da CBL. O patrocínio e execução do projeto deverá ocorrer já em março, prevê Dias.

Como projetos futuros, constam ainda do "decálogo" a edição de um livro ilustrado que estimule no público infantil o gosto pela leitura; uma maratona escolar sobre Monteiro Lobato, distribuição de livros infantis a Prefeituras, através do Checklivro CBL; montagem de peças infantis; criação de um prêmio de jornalismo literário; encenação de peças infantis de autores brasileiros em rádios e um Concurso Nacional de Cartilhas, subdividido por regiões. Mas esta, assinala Mário Leonel, não é uma programação rígida: "Temos um programa dinâmico, no qual procuraremos utilizar todas as oportunidades que surgirem para o incentivo à leitura."

PARCERIAS

Na ponta do varejo, Pedro Herz, da livraria Cultura, desenvolve uma idéia brilhante, denominada "Vitrine do Bom e Barato". "De tanto ouvir as pessoas perguntarem o que há de novo, me ocorreu que o novo é tudo o que não se leu", conta. Ele passou a pesquisar, no catálogo das editoras, todos os bons livros que, por terem saído há tempos, custavam barato. No caso, livros que custavam para o consumidor no máximo Cr5 mil em fevereiro. "Machado de Assis, Miguel de Cervantes e Jack London são novos para quem não os leu", ensina.

Na busca de saídas para ampliar o

PREVISÕES NÃO CONFIRMADAS

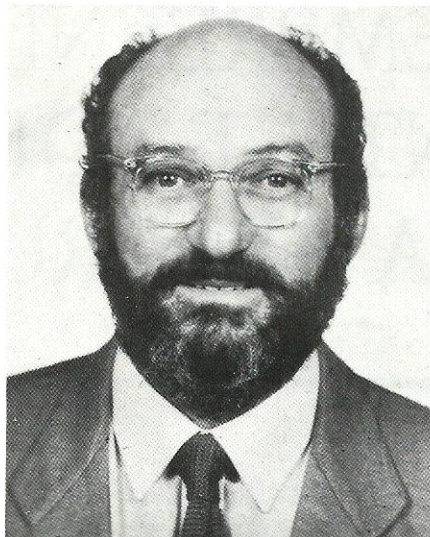
Em duas edições, uma de 1987, outra de 1988, Celulose e Papel abordou o tema do mercado de livros. A expectativa era de um crescimento médio anual da ordem de 15% elevando as tiragens, num prazo de 5 anos, para 721 milhões de exemplares em 1991, conforme estimativa da C.B.L. Em síntese: lê-se muito pouco neste País.

consumo, Herz dispensa o governo: "Se ele não atrapalhar os editores, o resto a gente ajeita". Mas esta não é uma opinião unânime. Para Alfredo Weiszflog, da Editora Melhoramentos, a segunda medida mais importante na área, após a queda da inflação, é a compra de livros pelo governo para as bibliotecas e escolas públicas o que, sugere, pode ser feito utilizando-se o Cheklivro CBL.

Danda Prado, da Braziliense, aponta o exemplo norte-americano, onde bibliotecas e universidades adquirem porcentagem considerável das primeiras edições, que por este motivo já são lançadas com capa dura, vindo as edições mais baratas (e rentáveis) a seguir. Uma das saídas, para a editora, é a co-edição com universidades e empresas. Estas ainda utilizam pouco a co-edição que lhes permite, além de desconto no Imposto de Renda, a divulgação de seu nome, como forma de marketing institucional.

Fora alguns esquemas institucionais de compra de livros didáticos e do Projeto da Biblioteca do Professor, desenvolvido pela Câmara Brasileira do Livro e Ministério da Cultura, além da Biblioteca de Americana, pouco está se fazendo pela difusão da leitura, considera a editora. Além disto, faltaria ainda no País boas estruturas de distribuição nacional do livro e melhor treinamento do pessoal que atende nas livrarias. Outra urgência, para Danda, é a aprovação do projeto de lei que protege as cópias xerox.

Dois acontecimentos agitarão o mercado editorial este ano, podendo contribuir para a sua recuperação. De 17 a 28 de agosto ocorrerá a 13ª Bienal Internacional do Livro, em São Paulo. De 5 a 10 de outubro se realiza a Feira de Livros de



Pedro Herz

Frankfurt, o maior evento do setor, que este ano terá o Brasil como tema. "Será uma grande oportunidade para a indústria editorial, gráfica e papelaria mostrar sua qualidade ao mundo", proclama Alfredo Weiszflog, que integra a Comissão da Feira de Frankfurt.

A escolha do País como tema da Feira deste ano ocorreu em 1988, por sua importância literária e editorial, relata, mas levou dois anos para ser confirmada pelo governo brasileiro. O investimento total é de US\$ 12 milhões. A Alemanha entra com US\$ 4 milhões e o Brasil com US\$ 8 milhões, metade bancados pelo governo e metade pelo setor privado. Entre os patrocinadores estão empresas alemãs instaladas no Brasil ou ligadas, direta ou indiretamente, ao mercado editorial.

PATROCÍNIO

Já estão em fechamento patrocínios da Hoechst, Price Waterhouse e Telloite,

uma subsidiária da DPZ, além da Cia. Melhoramentos de São Paulo, informa Weiszflog. "É extremamente importante a presença do setor de papel do Brasil", destaca o empresário. "Todas as editoras importantes do mundo, consumidoras potenciais de papel, estarão na Feira."

O estande brasileiro terá 300 metros quadrados. Nele exporão mais de 55 editoras, enquanto outras 100 mandarão representantes.

A cultura do País na música, dança, artesanato, pintura, desenho, arquitetura, paisagismo, além, é claro, da literatura será divulgada em 17 eventos programados para setembro e outubro nas galerias, museus e teatros de Frankfurt. Um pouco antes da Feira, entre 28 de setembro e 2 de outubro, o País marcará sua presença também na Feira de Lisboa, em Portugal, organizada pela Câmara Brasileira do Livro.

BIENAL

Os planos da Câmara Brasileira do Livro são de superar na 13ª Bienal Internacional do Livro todas as edições anteriores. Para isto, está trabalhando com um orçamento de US\$ 3 milhões. A expectativa é de um público 10% superior aos 1,2 milhão que compareceram aos pavilhões da Bienal em 1992, quando representantes de 19 países estiveram entre os 230 expositores e foram faturados US\$ 58,5 milhões na venda de 5,8 milhões de livros. Aumento no espaço, que será de 12 mil metros quadrados, no número de funcionários e aperfeiçoamentos na organização física estão entre as melhorias introduzidas este ano. □

LIVROS MAIS VENDIDOS EM 93 — de 30-12-92 a 29-12-93

O autoconhecimento é a senha que tem levado os brasileiros às livrarias. Em 1993 os livros de auto-ajuda e desenvolvimento espiritual predominaram amplamente na relação dos mais vendidos, tanto em ficção como em não ficção. Os céticos preferem atribuir a tendência a uma espécie de terapia barata em tempos de crise. Para outros, porém, isto corresponde a uma fase em que a busca mais urgente é a da ampliação da consciência.

| FICÇÃO | | NÃO FICÇÃO | |
|--|-------|---|-------|
| 1- Escrito nas estrelas - Sidney Sheldon | 23446 | 1- O sucesso não ocorre por acaso- Lair Ribeiro | 33344 |
| 2- As Walkírias - Paulo Coelho | 22516 | 2- Prosperidade - Lair Ribeiro | 26456 |
| 3- Bala na agulha - Marcelo Rubens Paiva | 15403 | 3- Comunicação Global - Lair Ribeiro | 20969 |

LEVANTAMENTO: InformEstado; DATA DO LEVANTAMENTO: 03/01/94 CULTURA: 1 loja; SICILIANO: 29 lojas; BRASILIENSE: 3 lojas; SARAIVA: 14 lojas; EDICOUR: 5 lojas

HERÓI, EMPREENDEDOR E NAVEGANTE. É LORENTZEN, DA ARACRUZ

Texto: Celso Lungaretti
Fotos: Nilton Queiroz

Dinâmico e empreendedor aos 71 anos, o norueguês Erling Lorentzen — radicado no Brasil desde 1953 — preside o conselho de administração da Aracruz e é o "chairman" e presidente da Vera Cruz, Arapar, Lorenpar, Carbopar, Saga, Norbrasa e Lorentzen Empreendimentos. Embora comece a preparar sua aposentadoria, ele jovialmente afirma que tem de "continuar mais um pouco". Talvez para acumular outros feitos, depois de uma vida que mereceria antes um biógrafo do que um simples entrevistador. Aos 17 anos, ingressou na resistência contra a ocupação alemã. Saiu da Noruega com a cabeça a prêmio, foi treinado pelos ingleses e voltou para comandar 800 maquis. Acabou a guerra como herói nacional e desposou a princesa Ragnhild. Não quis, entretanto, repousar sobre seus louros e, saindo do Exército, veio construir uma carreira no Brasil, onde teve participação decisiva no nascimento de duas grandes empresas: Supergasbrás e Aracruz. Recentemente, encabeçou a mobilização industrial no sentido do desenvolvimento sustentável, por delegação do próprio Maurice Strong, o todo-poderoso secretário-geral da Eco-92. E hoje é um dos baluartes da resistência brasileira às restrições que o selo ecológico europeu pode introduzir contra as exportações do País. Por isto, tem total autoridade para recomendar às novas gerações: "Procurem realizar coisas. A satisfação não é necessariamente dinheiro, mas realização".

Celulose & Papel - Que tipo de formação o sr. teve, que o preparou para assumir aos 17 anos um compromisso tão drástico como o ingresso na resistência?

• **Erling Lorentzen** - Eu tive a felicidade de ser o mais jovem de seis irmãos. Pais firmes e cinco irmãos que mandavam

em mim. Então, tive a sorte de ser criado duro (ri). Assim...com experiência e uma certa atitude que têm me ajudado na vida.

C&P - E o que o sr. estudara, até os 17 anos?

• **Lorentzen** - Não estudei muito, não.

Era uma pessoa leve, feliz, não muito preocupada com estudo, estatísticas... Não era um bom aluno.

C&P - Mas, quando houve a ocupação alemã, por que o sr. resolveu, tão jovem, entrar na resistência?

• **Lorentzen** - Havia muitos como eu na Noruega. Não tivemos dúvidas: vamos entrar e participar e defender o nosso país. Não foi uma escolha difícil.

C&P - E o sr. saiu da Noruega por estar sendo procurado pela SS?

• **Lorentzen** - Pela Gestapo. Em 1942, eu tive de escapar, sair do país. Fui para a Inglaterra, fui treinado lá e depois me mandaram de volta.

C&P - E depois da guerra o sr. trabalhou na guarda do palácio real norueguês?

• **Lorentzen** - Nessa época fui chamado para a guarda da família real da Noruega, que voltou do Exterior. E aí eu conheci aquela que depois virou minha senhora.

C&P - Isso parece conto de fadas. Como é que se conquista uma princesa?

• **Lorentzen** - Foi uma amizade que se criou e acabamos casando...

C&P - E seu ingresso nos negócios, como aconteceu?

• **Lorentzen** - Bom, aí eu consegui uma vaga para estudar nos Estados Unidos. Foi na Harvard Business School, entre 1946 e 48. Graduei-me em administração de empresas. Aliás, consegui pular quatro anos de educação, porque eu não tive o colegial. Gastei cinco anos só na guerra. Aí eles me

Foto: Nilton Queiroz

admitiram lá, passei esses dois anos nos Estados Unidos, voltei para a Noruega e aí acabei trabalhando na empresa da família e continuei também um pouco no Exército, tudo ao mesmo tempo.

C&P - Sua família era próspera na Noruega

• **Lorentzen** - Sim, éramos mais ou menos prósperos...

C&P - O ramo?

• **Lorentzen** - Navegação.

C&P - Que foi também aquele em que o sr. atuou no Brasil.

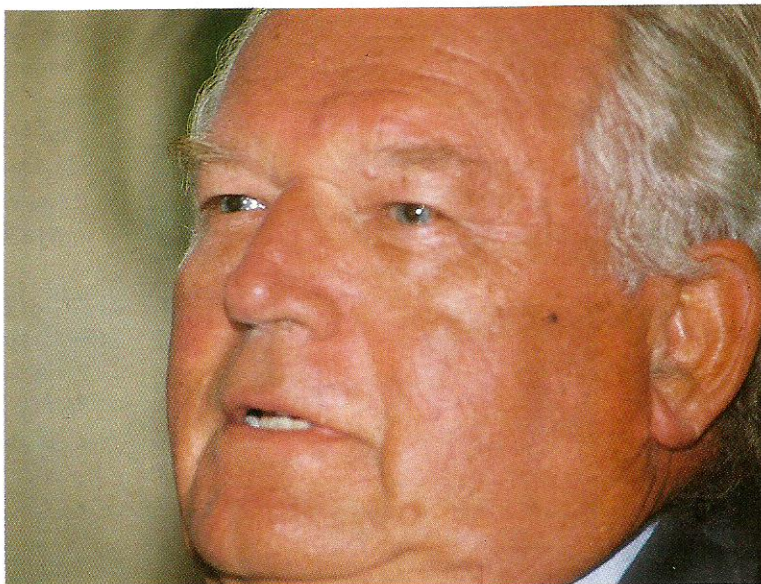
• **Lorentzen** - Eu comecei aqui com distribuição de gás, mas também ligada à questão de navegação. Estávamos transportando gás de cozinha. Na época o Brasil não tinha produção própria e nós transportávamos gás para a Ultragás. No caminho para visitar o Brasil, em 1951, fui informado de que a Esso queria vender o seu negócio de gás. Aí eu comecei a estudar essa atividade e mais tarde nós compramos. A companhia se chamava Gás Esso, eu mudei o nome para Gasbrás, depois fiz uma associação com a Supergás e, por isto, o nome foi mudado para Supergasbrás. Fiquei na companhia até 1972.

C&P - O sr. veio para o Brasil pensando em fazer carreira no País ou foi um acaso, viu um negócio promissor e acabou ficando?

• **Lorentzen** - Eu estive aqui em 1951, gostei, fiquei fascinado com o País, com o povo, as oportunidades, os desafios... Então, resolvi trabalhar aqui.

C&P - E como se deu a diversificação de suas atividades, após 1972?

• **Lorentzen** - Antes disso já tinha começado outras coisas, minha participação na Aracruz, por exemplo. Tinha também iniciado atividades na área de navegação.



“ *A companhia se chamava Gás Esso, eu mudei para Gasbrás. Depois fiz uma associação com a Supergás e o nome ficou Supergasbrás.* ”

C&P - Suas empresas têm mesmo o faturamento anual que lhe foi atribuído pela revista Exame, na faixa de US\$ 700 milhões?

• **Lorentzen** - Jornalistas às vezes exageram tremendamente. Essa cifra está totalmente errada.

C&P - Qual o porte de cada empresa, no conjunto de seus negócios?

• **Lorentzen** - A Aracruz, obviamente, é o maior empreendimento de que eu participo. Tenho também três companhias de navegação e duas pequenas indústrias.

C&P - O sr. acompanhou a etapa de expansão da economia brasileira e também a prolongada recessão por

que passa o País. Qual sua avaliação disso tudo?

• **Lorentzen** - O Brasil, depois do período de predominância militar, ainda não encontrou uma direção política. O País passa por uma crise de falta de liderança política, mas, com o tempo, isto vai ser superado. E, do lado econômico, apesar de todos esses problemas decorrentes da inflação elevada, as indústrias não vão tão mal. O povo é que está sofrendo muito, com falta de emprego, com uma miséria que poderia ser eliminada. A liderança política tem de criar condições econômicas estáveis para que o País volte a crescer.

C&P - A Europa está incidindo em práticas protecionistas, utilizando restrições de ordem ecológica como pretexto para barrar produtos mais competitivos. Como o Brasil pode enfrentar isso?

• **Lorentzen** - Temos de lutar. Eu estou muito envolvido nessa luta, com relação ao selo ecológico...

C&P - Como foi esta experiência?

• **Lorentzen** - Posso ser otimista demais, mas acho que conseguimos bastante. O selo ecológico era para ser decidido em julho do ano passado, mas desenvolvemos contatos na Inglaterra, na Dinamarca, em Bruxelas... os governos do Brasil, Estados Unidos e Canadá entraram no problema...e, até agora não foram adotadas as restrições anunciadas. Está se dizendo que o problema vai ser resolvido entre março e abril. Estamos tentando mobilizar apoios à nossa posição. Mesmo porque não é intenção do selo ecológico criar dificuldades para países como o Brasil, mas é muito possível que essa regulamentação acabe sendo utilizada como barreira comercial. Sem lutar não se consegue nada.

C&P - O sr. esteve muito envolvido com a Eco-92. Como foi esse processo?

• **Lorentzen** - Fui convidado a participar do Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável. O Maurice Strong tomou a iniciativa de criar um grupo de empresários de todo o mundo e eu fui um dos dois convidados do Brasil. O outro foi o Eliezer Batista.

C&P - E em termos de resultados práticos, a Eco-92 lhe satisfaz?

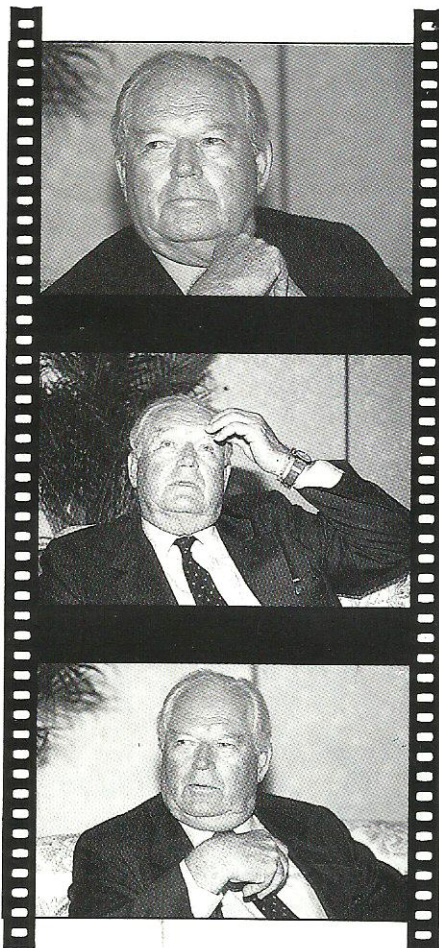
• **Lorentzen** - Muita gente ficou decepcionada, porque achava que a conferência ia mudar as coisas imediatamente. Mas devia levar algumas coisas em conta. Por exemplo: a preparação para a conferência foi enorme, no mundo todo, e isto, em si, criou uma consciência muito grande sobre meio ambiente. Quanto à conferência propriamente dita, teve a parte das declarações, a Agenda 21 etc, e agora estamos na fase do follow-up. Não se deve subestimar este período de follow-up, com debates em todo o mundo. É um processo muito complexo, envolvendo governos, tudo isso, então os reflexos são demorados.

C&P - No Brasil, o desenvolvimento sustentável conseguiu grande adesão entre as indústrias, não é mesmo?

• **Lorentzen** - Sim, basta ver o número de companhias que assinaram a carta de princípios sobre desenvolvimento sustentável da Câmara de Comércio Internacional. E há tantas companhias entrando agora no processo de certificação ISO — é mais sobre qualidade, mas você não tem qualidade sem meio ambiente. As indústrias brasileiras estão tomando os cuidados com o meio ambiente com muita seriedade. Mas não é só aqui, é um processo mundial.

C&P - É verdade que a Aracruz já está pensando em nova expansão?

• **Lorentzen** - Obviamente, esta crise que a indústria de celulose está passando vai significar uma limitação na expansão futura. Mas, é uma atividade cíclica e que tem de ser analisada a



“ *As indústrias brasileiras estão tomando os cuidados com o meio ambiente com muita seriedade. Mas não é só aqui, é um processo mundial.* ”

longo prazo. Então, em “x” anos vai haver necessidade de novas fábricas. Disso, não há dúvida. A grande questão é: quando? E quem chegar à melhor conclusão é quem vai ganhar mais.

C&P - As vantagens brasileiras na produção da celulose podem ser alcançadas nos próximos anos por outros países?

• **Lorentzen** - Nós temos aqui clima,

existe muita terra no Brasil, há capacidade técnica — tanto para criar florestas quanto para industrializar a matéria-prima —, então temos muitas possibilidades de voltar a significar um fator importante na expansão mundial da produção. Mas, temos de encontrar o momento certo.

C&P - Por exemplo, o Chile pode vir a ser um concorrente importante?

• **Lorentzen** - O Chile já está com um crédito importante, mas o Chile está mais orientado para os Estados Unidos e ainda mais para o Japão. Os japoneses são os que mais absorvem as exportações chilenas de madeira.

C&P - Sua empresa de navegação comprou dois navios...

• **Lorentzen** - Comprou. Aí é outra coisa (ri).

C&P - Esse mercado está melhor?

• **Lorentzen** - Na verdade, temos navios alugados e esses dois vêm substituir navios de terceiros, para cabotagem.

C&P - O comércio do Brasil com o exterior está num patamar insignificante?

• **Lorentzen** - Um pouco. Mas, obviamente, é uma coisa que você não expande de um dia para outro. Vamos dizer que as exportações brasileiras, hoje em dia, representem 8 a 10 por cento do produto nacional, importações um pouco menos, então o comércio exterior totalizaria uns 12 por cento. Ainda é um patamar significativo. Não só pelo lado econômico, de geração de empregos etc, mas também exige uma qualidade, força todos nós a produzirmos qualidade. Então, é um fator positivo para o País.

C&P - O que pode ser feito, na revisão constitucional, para desatar os nós que impedem o deslanche da indústria?

• **Lorentzen** - O importante é moder-

nizar e procurar desburocratizar, definir melhor quais são as obrigações dos governos federal, estaduais e municipais. No Brasil, o envolvimento do governo é exagerado. Não tem responsabilidades bem definidas. Prioridade do governo é educação, saúde, transportes. O governo deveria concentrar mais esforços nestas coisas básicas e menos nas atividades econômicas, participação em indústrias etc.

C&P - Como hobbies, o sr. pratica iatismo e esqui. Um é equilíbrio e o outro velocidade. Um é mar, outro é ar e terra. São esportes bem diferentes, não?

• **Lorentzen** - Na Noruega, todos nós estamos tão perto do mar no verão. E, no inverno, temos neve. Para ir à escola, quando criança, ia de esqui, percorria de esqui uns quatro quilômetros. Então, é parte de nosso sistema de comunicação.

C&P - O sr. participa de competições internacionais de iatismo?

• **Lorentzen** - Participo, mas hoje é mais brincadeira. No passado, tentava competir pelo menos uma vez por ano, internacionalmente. Mas, nos últimos anos, não tenho tido tempo para isso.

C&P - Qual sua classe?

• **Lorentzen** - Regatas oceânicas

C&P - Com uma tripulação de quantos?

• **Lorentzen** - Dez, doze homens no barco.

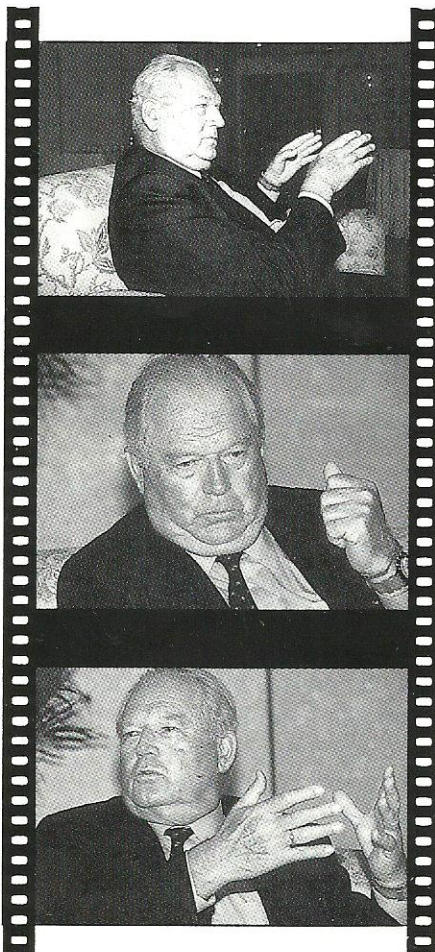
C&P - Então, o desafio é reger o conjunto, encontrar um equilíbrio entre gente, equipamento e condições meteorológicas...

• **Lorentzen** - É um esporte em que você trabalha muito em equipe. É um desafio, enfrentar a natureza, o vento, o mar. Você se isola do mundo e se concentra só naquilo.

C&P - Seus filhos também estão no ramo empresarial?

• **Lorentzen** - Meu filho trabalha no grupo e tem também suas atividades próprias. Minha filha mais velha é casada com um advogado. E a mais nova acabou os estudos nos Estados Unidos. Provavelmente vai trabalhar na No-

“ *Uma pessoa deve fazer o que sente que deve fazer. Eu sou empreendedor, uns podem ser artistas, outro é melhor para ser dentista. Uma das coisas valiosas dos seres humanos é que somos diferentes* ”



ruaga uns tempos e depois quer voltar para cá.

C&P - O que faz o Brasil tão propício ao sucesso dos estrangeiros, na sua opinião, já que o sr. também é um vencedor?

• **Lorentzen** - Acredito que eu teria vencido em qualquer lugar. O Brasil é um país muito aberto a todos. Mas há também muitos brasileiros vencendo em outras partes do mundo. Enfim, talvez seja porque a gente chega aqui com outro background, vendo as coisas com outros olhos...

C&P - Quantos netos o sr. tem?

• **Lorentzen** - Três.

C&P - Qual a lição de vida que gostaria de transmitir à novas gerações?

• **Lorentzen** - Uma pessoa tem de fazer o que sente que deve fazer. Eu sou empreendedor, uns podem ser artistas, outro é melhor para ser dentista. Então, deve-se analisar a si próprio para ver que rumo deve tomar. Uma das coisas positivas e valiosas dos seres humanos é que somos diferentes. Devemos utilizar essa diferença ao máximo. E, em segundo lugar, qualquer que seja a direção, procurar realizar coisas. A satisfação não é necessariamente dinheiro, mas realização. Finalmente, procuro ser um exemplo para meus filhos e netos, do dia-a-dia, nas atividades normais, nos negócios, nos esportes.

C&P - O sr. ainda tem alguma grande meta pela frente?

• **Lorentzen** - Tenho vontade de continuar, fazer coisas, ajudar a criar coisas e utilizar o que eu possa ter acumulado durante esses anos todos de experiência, maturidade... participar das decisões que uma companhia como a Aracruz tem de tomar...e também começar a preparar minha aposentadoria.

C&P - Já existe uma data concreta para tanto?

• **Lorentzen** - Não, nenhuma. Tenho de continuar mais um pouco. □

ESTABILIDADE ECONÔMICA E POLÍTICA GARANTIRÁ PERÍODO DE CRESCIMENTO

As previsões para 1994 e até a virada do século são otimistas. O sinal mais sensível de que a época das vacas magras está no fim é a reativação da demanda de celulose a nível mundial. E o consumo de papel crescerá junto.

Texto: Dalila Alves

Na curva comportamental do setor de celulose e papel, a celulose aparece sempre como a grande propulsora do movimento ascendente. Tal postulado não foge à regra nesses últimos anos que antecedem a virada do século. Assim, o cenário previsto para o ano 2000 indica um período de bons resultados a partir da reativação mundial da demanda de celulose.

Com o retorno da economia mundial ao crescimento, os preços se elevarão proporcionando ao setor de celulose e papel uma recuperação de fôlego, rearmazenando recursos com os quais poderá voltar a investir em aumento de produção. Mas isto já será outra história, em direção a outro movimento da curva histórica de desempenho.

O crescimento que ora se prenuncia, vem após uma fase de vacas magras que chegou a surpreender o setor, com

relação à sua duração, além da expectativa inicial. As oscilações anuais tanto de oferta quanto de demanda foram bruscas a ponto de apresentar crescimento de oferta de até 8% para uma queda de consumo de até 2,5%. Os níveis de produção das indústrias em todo o mundo não superaram os 90% nos últimos quatro anos.

O quadro doméstico, afetado pelas dificuldades refletidas pelas recessões internacionais, foi agravado ainda mais pelas conturbações econômico-financeiras internas, sem falar nas comições políticas, incluindo praticamente um ano de processo de impeachment presidencial.

Não é por outra razão que, ouvidos os segmentos que compõem o setor de celulose e papel, todos eles ponderam que é imprescindível a estabilidade econômica e política do mercado interno para que os bons ventos externos possam se refletir nas indústrias brasileiras.

PAPÉIS RECICLADOS

O avanço do bom-senso

Até o ano 2000, perto de 40% dos papéis produzidos no Brasil, ao redor de 1,5 milhão de t anuais, serão constituídos por papéis reciclados, economizando-se florestas e diminuindo o problema do lixo urbano. Este percentual hoje já é de 30%, tendo se acelerado na última década. "A conscientização da necessidade da reciclagem tem crescido progressivamente no País e no mundo", assinala Dante Ramenzoni,

presidente da Papyrus Indústria de Papel S.A.

Além das indústrias de papel terem se apercebido da importância da reciclagem, o próprio usuário final também já o fez. Nos Estados Unidos, por exemplo, os órgãos públicos são obrigados por lei a utilizar determinados percentuais de papéis reciclados entre o volume global consumido. O papel reciclado é utilizado na composição de outros papéis, como embalagens, cartões e papéis sanitários. Na Europa, numa tendência mais recente, ele já começa a ser usado diretamente, como papel para imprimir e escrever, ou como formulário contínuo.

Na opinião de Dante Ramenzoni, o

Brasil poderia dispor de uma volume de papel reciclado muito superior se houvesse um programa efetivo de coleta seletiva do lixo, a partir de uma maior conscientização dos diversos segmentos sociais. Segundo ele, 25% do lixo brasileiro são papéis mas só um pequeno percentual é reciclado.

Nos Estados Unidos, são coletados anualmente 30 milhões de t de aparas, o que representa 37% da produção total de papéis, ao redor de 75 milhões de t/ano. Em termos percentuais, a Papyrus consegue bem mais que os americanos: para uma produção anual de 55 mil t de papel cartão em 93, ela utilizou nada menos que 75% de matéria-prima (aparas) reciclada. □



PAPÉIS IMPRENSA

Rumo à auto-suficiência

O segmento de papel imprensa tem condições de atender 100% da demanda interna no último quinquênio deste século, com a qualidade exigida pela modernização do parque gráfico brasileiro. Para isto, é necessário que o País invista mais em educação, diminuindo o índice de analfabetismo e incentivando o hábito da leitura. Hoje, enquanto o consumo brasileiro de papel imprensa é de 3 kg per capita, nos EUA é de 48 kg, na Argentina, de 11 kg, e, em Portugal, de 6 kg por habitante.

De acordo com Jahir de Castro, diretor de comercialização da Klabin, a defasagem histórica ao redor de 50% entre produção e demanda de papel imprensa no Brasil, tem raízes na própria Constituição que isenta de impostos todas as



importações da área de papel imprensa.

De qualquer forma, essa defasagem vem diminuindo, devendo atingir até 95 um volume de produção da ordem de 300 mil t/ano para um consumo previsto de cerca de 500 mil t/ano, devido ao aprimoramento da produtividade nas indústrias do setor (Klabin, Pisa e Irani, esta

última com pequena participação). No ano passado, as três responderam por uma produção de 270 mil t para uma demanda de 460 mil t de papel imprensa.

Apesar das dificuldades, a partir de 95, tanto a Klabin como a Pisa têm projetos para a instalação de novas máquinas produtivas, a partir de fibra virgem. A Klabin poderá, inclusive, implantar uma máquina para fabricar papel imprensa com matéria-prima reciclada, seguindo tendência internacional. Os investimentos previstos para a instalação de duas novas unidades produtivas, correspondentes a cerca de 400 mil toneladas/ano adicionais, são da ordem de US\$ 600 milhões, considerando-se que tanto a Klabin como a Pisa já dispõem da infraestrutura necessária à expansão. □

CARTÕES E CARTOLINAS

Correlação com os produtos de consumo

O aumento de produção de bens de consumo e a introdução de produtos mais elaborados são os dois principais fatores que determinarão a continuidade do crescimento da demanda de cartões em níveis superiores ao do crescimento do Produto



Interno Bruto. Para Aureliano Ieno Costa, diretor da Cia. Suzano de Papel e Celulose, para os próximos anos, a tendência é que sejam deslançados muitos projetos industriais, até agora em compasso de espera devido à recessão. A partir disso, haverá um crescimento de demanda ao qual a indústria está apta a atender.

Com uma capacidade instalada de 420 mil t/ano, os cartões destinam-se a

produção de embalagens semi-rígidas, utilizadas pela indústria de bens de consumo para acondicionar alimentos, produtos de limpeza, cigarros, calçados etc. Já as cartolinas destinam-se a uso em escritórios, escolas, trabalhos manuais, cartazes, etc.

Os cartões acompanham as necessidades da indústria de bens de consumo, cada vez mais competitivas na disputa pelo espaço nos pontos de venda. Em função de sua boa qualidade e constante evolução, o produto tem ganhado espaço na concorrência com outros tipos de matérias-primas para embalagens (plástico, vidro, folha de flandres e outras). Além de ser reciclável e também re-

novável, como observa o diretor da Suzano.

No ano passado, o mercado brasileiro de cartões apresentou um crescimento expressivo em relação a 92 (16%) confirmando sua forte vinculação com o nível de atividade econômica. Para 94, a perspectiva é que mantenha a alta embora em percentual mais modesto. As exportações têm dado grande impulso ao segmento, puxadas basicamente pelas embalagens de alimentos, auto-peças e calçados. Já a cartolina em 93 obteve um crescimento de produção da ordem de 4% sobre o período anterior.

Com relação ao mercado nacional, A Cia. Suzano participa com aproximadamente 40% na área de cartões e cerca de 15% na de cartolinas. Além disso, a empresa produz papéis para imprimir e escrever, para cópias xerográficas, papel couché e papéis especiais. □

Puxando o crescimento do papel

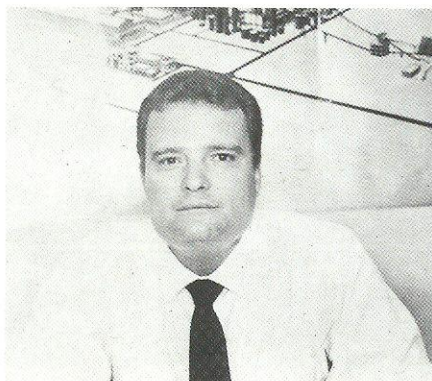
A conturbação do mercado mundial de celulose, cujos principais consumidores estão na Europa (Alemanha, França e Reino Unido), Estados Unidos e Ásia (Japão, Coréia) e Indonésia, chegou ao auge no ano passado, quando os preços caíram para o seu patamar mais baixo nos últimos anos. Essa situação que perdurou 24 meses consecutivos, quando baixas cíclicas tendem a durar 6 meses, segundo Rogério Ziviani, diretor da Bahia Sul Celulose S.A., deveu-se à conjunção de dois fatores principais: recessão dos mercados consumidores (Europa, Japão e EUA) e aumento substancial da capacidade instalada com excesso de oferta agregada à redução de demanda.

O cenário previsto para os próximos cinco anos, no entanto, indica um período de bons resultados para o setor. A essência dessa recuperação, segundo Ziviani, está na reativação mundial da demanda e na redução dos estoques mundiais o que tende a elevar os preços.

Tal previsão está atrelada a inúmeros aspectos. Entre eles, Ziviani destaca a diminuição do fornecimento de madeira russa para os países nórdicos, a escassez de madeira nos países ibéricos e a integração de algumas fábricas que passando a produzir papel reduzem sua oferta de polpa ao mercado.

Além disso, devido ao crescimento dos custos de produção e de aquisição de matéria-prima, alguns produtores de papel passaram a achar mais interessante comprar celulose ao invés de produzi-la. É o caso do Japão que, em 1993, tendo desativado algumas fábricas, em 1994 está adquirindo no mercado mundial 300 mil t de celulose adicionais. Paralelamente, a oferta mundial está quase estabilizada, já que a produção de uma nova fábrica no Canadá está praticamente colocada e a produção de duas outras, na Indonésia destina-se ao uso interno e a coligadas no sudeste da Ásia.

Por outro lado, observa Ziviani, a de-



manda de papel já está em recuperação nos Estados Unidos, e em menor escala na Europa e na Ásia. A França já desponta como o principal pólo consumidor, avançando sobre a Alemanha, até há pouco na liderança. Os papéis para imprimir e escrever e tissue (absorventes faciais e higiênicos) puxam a demanda.

A administração dos estoques mundiais de celulose está bastante dificultada devido a essas mudanças de cenários e às realocações de oferta. Atualmente, há celulose disponível para 30 dias de produção de papel. O usual, antes dessas conturbações, era de 45 dias. Mas eles chegaram a cair para apenas cinco dias em alguns períodos de 93. Logicamente, tudo isso aponta para a recuperação e em seguida, para a alta nominal dos preços.

Assim, na opinião do diretor comercial da Bahia Sul, o otimismo é plenamente justificado no setor externo de celulose com o conseqüente reflexo no de papel. "Só voltaremos a ouvir falar de novos projetos mundiais em 95, causados pelo revigoramento dos preços. Todavia, eles só estarão a pleno vapor no ano 2000, quando certamente ingressaremos numa nova fase. Ele ressalva que a única exceção é o projeto Cenibra, para operar em 97, "mas com produção cativa para o mercado japonês".

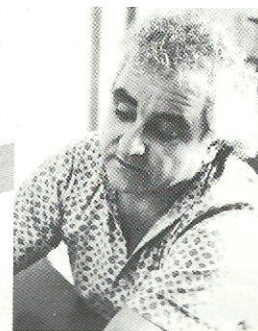
O Brasil coloca anualmente no mercado cerca de 2,2 milhões de t de celulose (para 1,4 milhão consumidas pelas indústrias de

papel), a maior parte constituída por celulose de fibra curta de eucalipto, segmento em que o País lidera as exportações mundiais. Das 2,2 milhões de t colocadas à venda, 1,8 milhões de t foram colocados no mercado internacional no ano passado.

A Bahia Sul, que começou a operar com celulose em 92, já produziu 407 mil t de celulose em 93, além de 92 mil t de papel offset no primeiro ano de operação de sua máquina. Colocou no mercado externo 306 mil t de celulose no ano passado, devendo recuar cerca de 100 mil t este ano, por conta do acréscimo da produção própria de papel. Sua capacidade nominal de produção total é de 500 mil t/ano de celulose e 250 mil t/ano de papel. □

Quando o

É o carnaval do Rio que sempre dá "samba", incluindo até "affairs" presidenciais. O reinado do confete e da serpentina, no



entanto, fica em São Paulo. Responsável por toda a produção brasileira de confete e serpentina, com 800 t/ano, a Alcici S.A. sabe o que diz. O Rio de Janeiro consome apenas 20% do total produzido, enquanto 50% ficam com São Paulo, informa Sérgio Roberto Pinto, diretor da empresa.

A produção não é pequena. As 25 mil caixas de serpentina fabricadas anualmente pela Alcici, em Itapira, a 160 km de São Paulo, cobririam uma extensão de 400 mil quilômetros, ou seja, seria

PAPÉIS NO MERCADO EXTERNO

Horizonte francamente otimista

O aumento substancial da oferta internacional de papéis e a conseqüente queda de preços provocados pelo crescimento altamente representativo da capacidade instalada aliado à retração de consumo gerada pelas recessões internas, levou as exportações brasileiras de papel a amargar um período difícil nos últimos três anos. O horizonte futuro, no entanto, é bem mais reconfortante.

Para Nilson Mendes Cardoso, da área de planejamento mercadológico da Ripasa



S.A. Celulose e Papel, até o ano 2000, haverá uma franca recuperação de mercado para os papéis brasileiros no exterior. Isso por que, segundo ele, o aumento da capacidade instalada tende a se reduzir anualmen-

te (projetos novos demandam em média três anos até a maturação) e além disso, em função da aceleração do processo mundial de retomada econômica, a demanda voltará a crescer a taxas média anuais de 4,5%.

Um quadro completamente diferente do que o segmento atravessou desde

meados de 1990. As oscilações anuais tanto de oferta quanto de demanda, foram bruscas a ponto de atingir crescimento de oferta de até 8% para uma taxa de aumento de consumo que caiu até 2,5%. A elevação generalizada de capacidade de produção (Estados Unidos, Canadá e Sudeste Asiático) acabou gerando taxas de ocupação abaixo de 90% em todo o mundo.

Com tudo isso, Cardoso ressalta que, a partir de agora, só a gradual recuperação de preços permitirá a reinjeção de capital no setor, levando a novo fôlego para projetos. Processo que deverá perdurar pelos próximos cinco anos, dentro da curva típica de comportamento do mercado internacional de papéis.

O Brasil, dentro desse contexto, caracteriza-se pela prática de uma política de exportações pari-passu com os movimentos do mercado externo. Dessa forma, atualmente aprimora seu padrão de competitividade internacional e avalia novos projetos sob o mesmo crivo dos demais participantes do mercado de exportações: projetos bem localizados, que demandem captação de recursos equacionados a mais longo prazo, com retorno proporcional de investimentos.

Dessa forma, as indústrias brasileiras de papel, consolidadas no mercado internacional e também expostas à concorrência crescente no mercado interno (as alíquotas domésticas para importação estão girando ao redor de 10%) estão aptas a enfrentar a progressiva competitividade externa, ampliando sua fatia de participação no mercado, na opinião de Nilson Cardoso.

Para esse ano, as exportações brasileiras de papel (imprimir e escrever, embalagem, cartões, papel imprensa e papéis para fins sanitários) devem ficar ao redor de 1,3 milhão de t, representando cerca de US\$ 770 milhões. Projetado um crescimento anual de demanda por volta de 4%, no ano 2000 tal desempenho deverá consubstanciar um volume de exportações de 1,7 milhão de t com a respectiva receita de US\$ 1,4 bilhão. □

CONFETE E SERPENTINA

carnaval é paulista

possível ir à Lua e depois fazer a metade do caminho de volta. Sem falar nos 20 mil sacos de confete de 20 kg cada um. Tudo produzido à base de papel HD industrial em qualidade superior, 100% reciclado.

Um mercado ascendente, como observa Sérgio Pinto, é o do Norte e Nordeste que vem crescendo anualmente entre 10% e 15%, o dobro da média nacional.

No Mercosul, para onde a Alcici começou a exportar confete e serpentina há cerca de três anos, a demanda equilibra-se por todo o ano, já que o produto é procurado para festas em geral. Na Argentina, o Brasil compete com dois fabricantes e tem conquistado consumidores com preço e qualidade. Lá, segundo Sérgio Pinto, utilizam papel impresso e não o HD, encarecendo a produção.

Apesar dos pontos de marketing

que a fabricação de confete e serpentina acabam conferindo à Alcici, o segmento responde por apenas 5% do seu faturamento.

Além de confete e serpentina, a Alcici produz papel miolo, papel semi Kraft, papel tipo strong e papel HD, os principais itens de sua receita. □



PAPÉIS SANITÁRIOS

Juntos com a educação

O consumo de papéis sanitários, papel higiênico, lenços, guardanapos, toalhas domésticas e industriais, está intrinsecamente ligado às condições básicas de saneamento, higiene pessoal e poder aquisitivo da população. Assim, a educação e a renda per-capita são fatores chave para este segmento. No Brasil, essa demanda deveria estar crescendo 1,5 vezes o crescimento do PIB, na avaliação de Ruy Haidar, presidente da Santher - Fábrica de Papel Santa Therezinha S.A. No entanto, tal percentual



tem ficado aquém do desejável.

Mesmo assim, a expectativa é de que ultrapassada a turbulência econômica e política de 1994, o consumo tenderá a crescer. "Com a estabilização econômica, a melhoria do poder aquisitivo e definido o próximo governo, certamente o crescimento tem condições de atingir taxas anuais em torno de 8% a partir de 95", antevê Haidar.

Apesar das atuais dificuldades, o setor de papéis sanitários, que utiliza em seus produtos um grande percentual de fibras

recicladas, pretende produzir 5% a mais este ano. Em 93, ele obteve um crescimento de 3,2% sobre o ano anterior, com exportações de 22 mil t de um total produzido de 460 mil t.

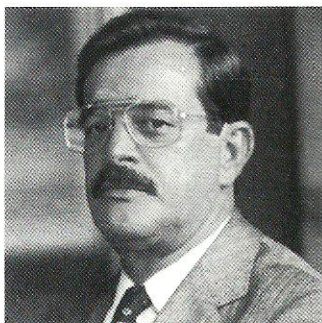
A Santher é a segunda produtora brasileira de papéis sanitários e pretende ampliar sua atual capacidade de 70 mil t/ano para 110 mil t/ano até meados de 95. A empresa fabrica papéis higiênicos de alta qualidade, guardanapos, lenços, toalhas de cozinha e uma nova linha de produtos institucionais para restaurantes, shoppings, hospitais, escolas, etc., com a marca Inovatta, composta por rolos de papel higiênico de 300 e 800 m, lençóis hospitalares, toalhas em bobinas e interfolhados. □

PAPÉIS ESPECIAIS

Lado a lado com a indústria

No ano passado o Brasil produziu 121 mil t de papéis especiais, ou seja, papéis decorativos e para impregnação, usados na fabricação de fórmica para a indústria moveleira; os papéis supercalandrados tipo glassine, destinados à fabricação de embalagens flexíveis e rígidas para alimentos (sopas, sucos) e utilidades domésticas; os papéis destinados à fabricação de laminados industriais para comandos eletrônicos impressos. Papéis-moeda, papéis para cigarros, para confecção de filtros domésticos e automotivos - todos eles são chamados papéis especiais.

De acordo com Adhemar Fernandes Gouveia, presidente da Nicolaus Papéis, que responde por mais de 35% da produção brasileira do segmento, para 1994 a empresa espera um crescimento da ordem de 10% no mercado interno e de 30% nas vendas externas. Essa evolução, deverá per-



durar por 95, quando a Nicolaus deverá atingir uma capacidade instalada de 60 mil t/ano de papéis especiais, com incremento de 10% sobre a atual capacidade.

As exportações brasileiras do segmento, em 1993, registraram uma participação de cerca de 10% sobre a produção (98 mil t comercializadas no mercado doméstico para 10 mil t exportadas).

Os principais mercados compradores são América Latina, Europa (França e Alemanha), Médio e Extremo Oriente. Para Adhemar Gouveia, a expectativa é de que tanto o mercado interno como o externo cresçam: "Havendo uma estabilização econômica com níveis inflacionários toleráveis, logicamente o consumo nacional per capita de papel tende a crescer. Quanto ao mercado internacional, já se iniciou uma fase de recuperação de preços. Resta saber quanto tempo permanecerá em curva ascendente", assinala. □

Estabilidade

Dois fatores determinarão as perspectivas domésticas até o ano 2000 para o segmento de papéis para embalagens, na opinião de Lenomir

Trombini, diretor presidente da Trombini Papel e Embalagem S.A.: o sucesso do deflagrado plano de ajuste econômico e a estabilização política após a realização das eleições.

Para o empresário, é muito importante uma política de reposição das perdas salariais para que os consumidores possam reaver o poder de compra. Segundo

Alta no consumo e nos preços

Como a política brasileira de estabilização econômica seja alcançada, a demanda interna de papéis revestidos e não revestidos destinados a imprimir e escrever crescerá sensivelmente em 94. Essa tendência de alta de consumo já se observa com relação à Europa e Japão, e em menor intensidade nos Estados Unidos. A previsão é de Raul Calfat, diretor superintendente da Votorantin Celulose e Papel, que reúne a Celpav e a Papel Simão. Segundo ele, estima-se para este ano um acréscimo de 220 mil t à capacidade instalada das produtoras brasileiras de papel para imprimir e escrever. "Com a otimização das curvas de operação das novas máquinas da Celpav, Bahia Sul e Inpacel, provavelmente atingiremos uma capacidade instalada de 1,9 milhão de t", prevê.



No ano passado, a produção alcançou perto de 1,7 milhão de t, das quais 920 mil t foram consumidas no mercado doméstico e as outras 692 mil t no mercado externo, com evolução de 19,5% e 13,6%, respectivamente, sobre o ano anterior.

No cenário internacional, Calfat observa que o Brasil, ao lado do Canadá e da Finlândia, hoje é considerado um dos maiores exportadores de papel para imprimir e escrever, não revestidos e isentos de pasta mecânica. Ainda assim, diz ele, diante de um quadro mundial de excesso de oferta, existe a possibilidade de ampliação de vendas para algumas regiões, tendentes a tomar maior impulso com o crescimento da demanda. A oferta internacional, em sua opinião, caminha para a estabilização, com a previsão de entrada em operação de apenas uma grande máquina nos Estados Unidos neste primeiro semestre.

Calfat antevê também uma recuperação dos preços a partir deste ano, em decorrência de fatores como acréscimo não significativo da oferta, incluindo a redução de capacidade por parte de produtores não integrados, como reflexo da recuperação do preço da celulose, além da retomada da demanda tanto externa como interna.

Dentre as diversas linhas de papéis para imprimir e escrever, Raul Calfat considera que a maior alta de consumo, deverá ficar com o papel cortado para copiadoras. As taxas de ascensão de demanda, diz ele, deverão situar-se acima do Produto Interno Bruto, fato que já vem ocorrendo. Os papéis revestidos tendem também a apresentar evolução semelhante, com destaque para os papéis isentos de pasta mecânica. Há ainda a crescente tendência de acréscimo na utilização de papéis reciclados.

A Votorantin Celulose e Papel participou em 93 com cerca de 24% da produção brasileira de papéis não revestidos para imprimir e escrever, liderando as exportações desse segmento com um volume de 212 mil toneladas. Para este ano, a produção deverá atingir 485 mil t, com a entrada em plena operação de duas máquinas recém-instaladas na Celpav. □

PAPÉIS PARA EMBALAGENS

para reativar

ele, com o aumento do consumo, as indústrias poderão elevar o nível de produção, e em consequência reativar a economia. "Só com a estabilidade, experimentaremos a retomada do desenvolvimento, com a entrada de novos capitais", prognostica.

Com relação às vendas externas, informa que houve um acréscimo na demanda, exigindo maiores volumes das indústrias e, ao mesmo tempo, provocando uma boa reação nos índices de preços. De acordo com a Associação Brasileira de Papelão Ondulado - ABPO, o Brasil encontra-se entre os oito principais países exportadores de papelão ondulado,



com um volume de expedição prevista da ordem de 1,236 milhão de toneladas este ano. Em 1993 foram exportadas 1,17 milhão de toneladas.

Por seu lado o empresário Raul Baptista Trombini, Vice-Presidente da ABPO, assinala que o setor é extremamente competitivo e existe hoje uma autofagia desnecessária entre as empresas. Para sair da atual situação de baixa rentabilidade ele recomenda uma melhor estrutura de custos e prevê uma situação otimista para os próximos anos, chegando a 2000 com produção de 1,657 milhão de toneladas. □

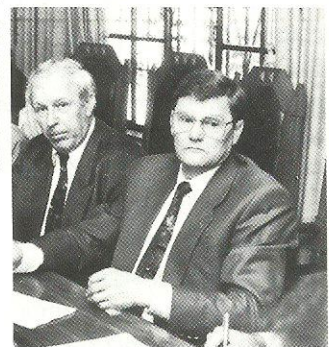
DEPUTADOS ALEMÃES CONHECEM SETOR

Os deputados do parlamento alemão, Carl Detlef Von Hammerstein e Rudolf Muller, membros das Comissões de Agricultura e Silvicultura, mantiveram reunião com dirigentes do setor para conhecer o potencial brasileiro em papel e celulose. Pragmáticos, acharam, após exposições diversas, que o Brasil precisa e deve explorar seu vasto potencial florestal transformando-o em celulose e papel a partir das florestas plantadas. Acompanharam os parlamentares o Consul Geral Adjunto em São

Paulo, Gottfried Evertz e o funcionário da Embaixada alemã, Vernd Olleuse Ploger. Participaram da reunião os Srs. Ruy Haidar, presidente do Conselho da ANFPC; os vice-presidentes José Carlos Gomes de Carvalho, Marcello Pilar e Nilson Mendes; Evaristo M.Lopes e Simon Kennedy (IKPC); Werner Kugelmeier (Champion); Nuno Cunha e Silva



(Aracruz); Augusto A. Canais (Nicolaus) e Mário H.N.M. Leonel, Diretor Executivo das entidades. □



DR. HAINO DEIXA O HOSPITAL DO SEPACO

Após ter ocupado por 11 anos a superintendência do Hospital do Sepaco, o Dr. Haino Burmester deixou o cargo, em fevereiro passado. Ele está assumindo a administração técnica da Organização Panamericana de Saúde - escritório regional da Organização Mundial de Saúde - locali-

zada em Trinidad & Tobago, Caribe, onde permanecerá por tempo indeterminado. A organização tem por finalidade o assessoramento às autoridades para assuntos de saúde. Ainda não foi definido o nome da pessoa que substituirá o Dr. Haino na superintendência do Sepaco. □

A ENTRADA DA KLABIN NO SETOR TÊXTIL

As indústrias Klabin de Papel e Celulose S/A formaram joint venture com a empresa austríaca Lenzing AG para a produção em Camaçari, Bahia, de celulose solúvel, matéria-prima do fio têxtil de rayon ou viscose. A nova empresa, a ser considerada a mais moderna da América Latina em controle de poluição, vai exigir investi-

mentos de US\$ 200 milhões.

O BNDES, banco de desenvolvimento da Alemanha (DEG) e a IFC, do Banco Mundial, vão participar do projeto, com respectivos US\$40 milhões, US\$ 10 milhões e US\$ 60 milhões.

A fábrica da Bacell deverá estar funcionando em setembro de 95 e vai produzir 100 mil t por ano de celulose solúvel. □

FUSÃO DE NEGÓCIOS

Todas as companhias Kamy e Gotaverken Energy, pertencentes à Kvaerner, foram reunidas e estão operando mundialmente sob um único nome: Kvaerner Pulping.

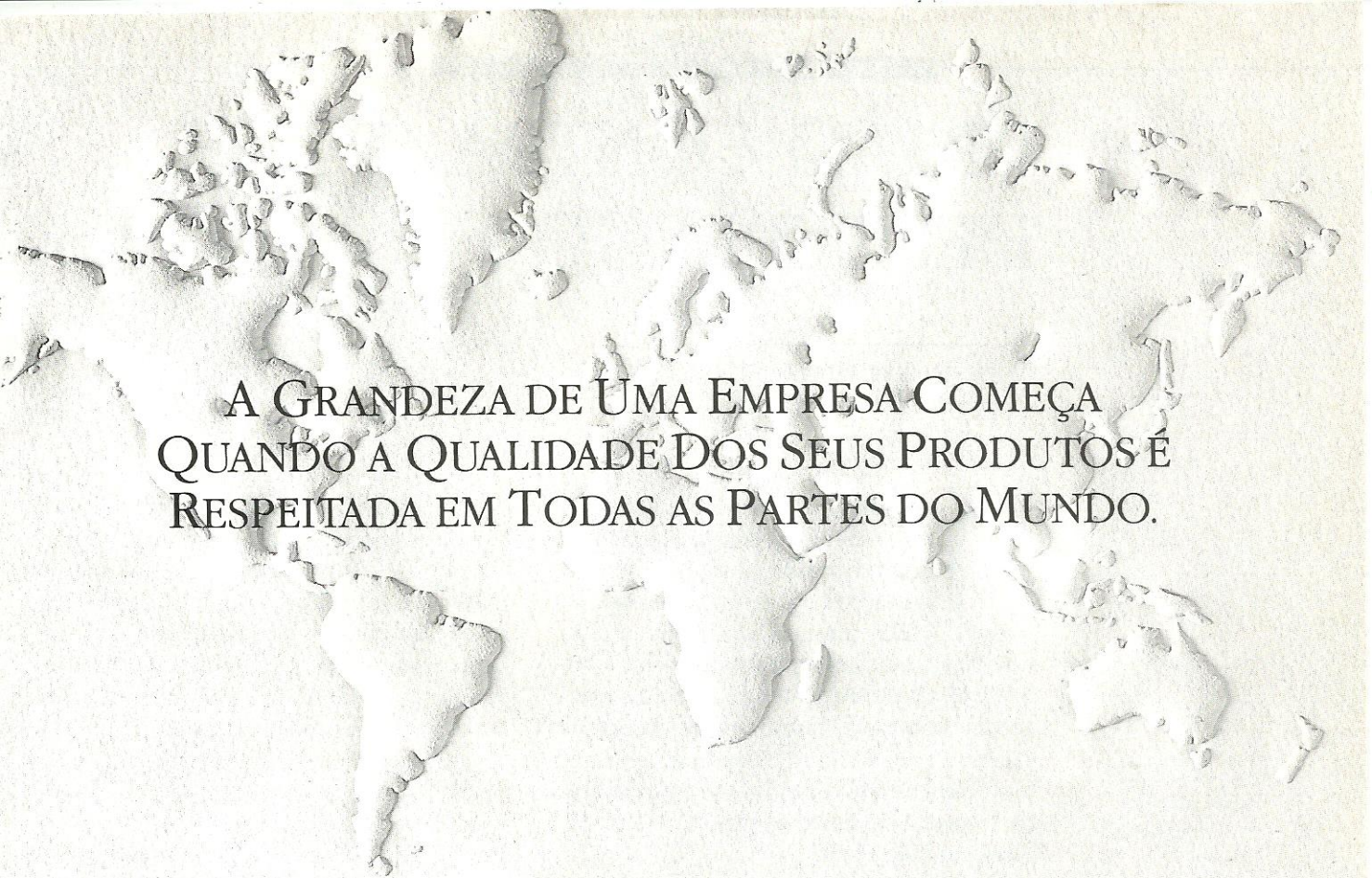
A Kvaerner emprega cerca

de 23 mil pessoas e tem um faturamento aproximado de US\$ 4 bilhões, operando em mais de 50 países nas áreas de celulose, óleo, navegação, construção de navios e engenharia mecânica. □

SULZER SE ORGANIZA

O Grupo Sulzer, de origem Suíça, está reestruturando sua organização e criando o Grupo Sulzer do Brasil, o qual incorporará as operações das suas duas empresas instaladas no

país. A nova empresa terá sede principal em São Bernardo do Campo. Antonio Moscon será o presidente responsável por todas as atividades do Grupo no Brasil. □



A GRANDEZA DE UMA EMPRESA COMEÇA
QUANDO A QUALIDADE DOS SEUS PRODUTOS É
RESPEITADA EM TODAS AS PARTES DO MUNDO.

Com uma produção anual que já supera a casa de 1 milhão de toneladas, a Klabin situa-se hoje como a maior organização do setor na América Latina, estando classificada entre as 100 maiores empresas de celulose e papel do mundo. Suas atividades envolvem desde o reflorestamento até a fabricação de celulose de fibra curta e fibra longa, papéis para impressão e embalagens, papéis sanitários e a conversão de papéis em produtos higiênicos descartáveis, caixas de papelão ondulado, sacos multifoliados e envelopes. Os produtos Klabin são reconhecidos no país e no exterior por sua alta qualidade, resultado de contínuos programas de investimentos em pessoal, em novos equipamentos, pesquisas, desenvolvimento e pela preocupação constante em utilizar tecnologias avançadas não agressoras ao meio ambiente. Em suas atividades florestais, por exemplo, a Klabin mantém junto aos seus 195 mil hectares de reflorestamentos próprios, nos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, 102 mil hectares de florestas nativas preservadas, onde são realizados programas educacionais e de proteção da flora e da fauna. Essa, entre outras iniciativas da Klabin, demonstra que é possível desenvolver atividades produtivas em harmonia com a natureza. E esta postura é fundamental para a qualidade.



Indústrias Klabin de Papel e Celulose SA

UNIÃO CONTRA O DESEMPREGO

ISRAEL ALVES DE OLIVEIRA *

O confronto e as divergências são condições próprias do sistema democrático hoje consagrado pela sociedade brasileira após duros períodos de transição. Todos sabemos que democracia jamais significou consenso ou unanimidade. Importante, a busca de pontos comuns, de convergência ou de aproximação através do diálogo constante e produtivo. É exatamente isso o que tem ocorrido entre empresários e trabalhadores do segmento produtivo de papel e celulose no Estado de São Paulo.

Foi sobre esse conceito — que caracterizou nossas infundáveis discussões — que começou a se formar a consciência da prioridade de minorar os índices de desemprego e de alavancar as recontrações no setor. Não tem outro sentido o acordo firmado para o Estado de São Paulo que disciplina as horas extras ensejando a ampliações do nível de recontração de trabalhadores demitidos. Essa é a prioridade clara que move as relações entre empregados e empregadores nos dias de hoje. E não é fenômeno brasileiro: essa mesma preocupação ensejou a redução da jornada de trabalho nos países desenvolvidos da Europa onde o desemprego transformou-se na mais séria ameaça social.

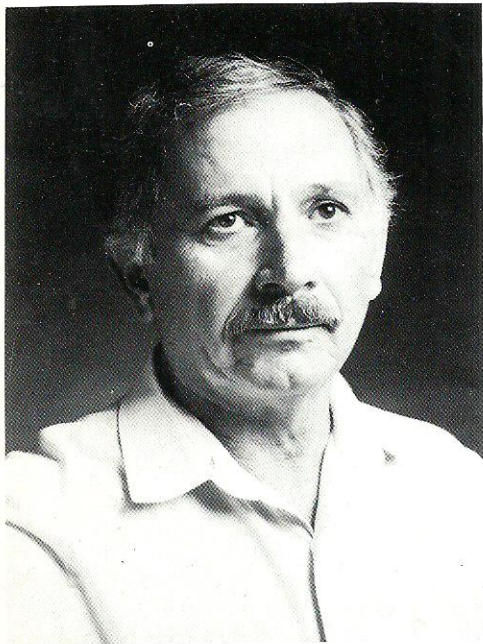
Após um período de recessão, a retomada da economia com a volta do crescimento do PIB, no ano passado, à razão de 4,96%, evidenciou que as empresas brasileiras em geral, após um trabalho de reestruturação e enxugamento rígido, voltaram a apresentar resultados,

embora algumas ainda se ressentam de larga faixa operacional ociosa. Nessa lição que envolveu remédios amargos, principalmente demissões de companheiros, todos aprendemos a necessidade de ativação da economia para gerar riquezas e absorção de maior volume de mão-de-obra. Mas a conclusão mais dramática desse aprendizado foi a necessidade de todos nós, empregados e empregadores, empunharmos a bandeira da ampliação da capacidade produtiva pela recontração de trabalhadores. Não temos o direito de agravar as tensões sociais já sensíveis e nem tampouco de elevar os custos sociais a conseqüências funestas que não justifiquem conquistas parciais, como aconteceu na Argentina de dois milhões de desempregados, equivalente a 18% de sua população economicamente ativa.

A redução da jornada de trabalho em busca da manutenção do pleno empregado foi o caminho trilhado na Europa, com maior visibilidade para a Alemanha neste final de século. Não é medida que se adota apenas por lei ou por acordo. Ela, necessariamente — e é este o enfoque que temos dado desde 74 quando fomos pioneiros em transformar o período de três para quatro turmas e mais recentemente adotarmos a quinta turma — faz parte da consciência da sociedade. Inconcebível supor que após tanto investimento em treinamento e aperfeiçoamento de pessoal possa interessar a algum empresário privar-se do retorno da produtividade e da dedicação do empregado.

Nosso objetivo comum deve ser, primeiro, a recomposição da mão-de-obra. A seguir, a redução da jornada de trabalho gerando mais empregos e possibilitando melhor qualidade de vida, evitando que o desemprego assumà proporções de conseqüências danosas e irreparáveis.

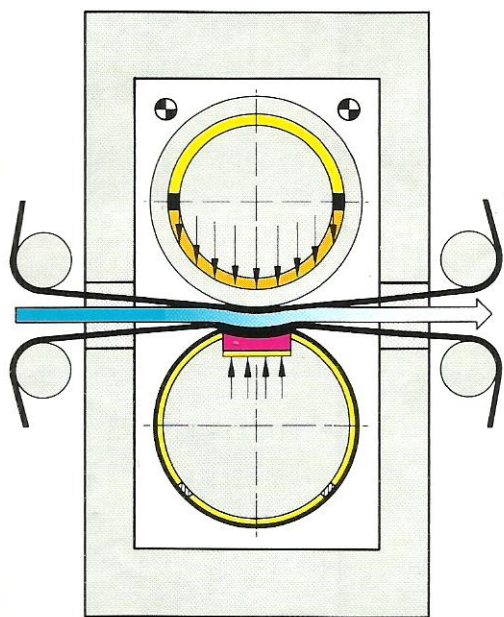
Uma tarefa para a qual devemos nos dar as mãos. □



* Presidente do Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Papel, Papelão e Celulose de São Paulo.

Estréia mundial

A Voith fornece a primeira prensa com sapata para papel jornal



**Para aplicações de alta performance:
Prensas Flexonip® com nip largo de prensagem
para uma distribuição ideal da pressão linear
e para obtenção dos máximos teores de seco.**

Campos de aplicação:

- Kraftliner, Testliner e Miolo
- Cartão para alimentos e para cartuchos
- Celulose
- Papéis de impressão.


Dependendo do produto e da matéria-prima, podem ser obtidos níveis de teor de seco superiores a 50%.

As prensas Flexonip® Voith em execução simples ou em forma de prensa Duo-Flexonip® são mundialmente utilizadas sempre que se exigem altos níveis de produção e qualidade.

Consulte os usuários de prensas Flexonip® e convença-se você também das vantagens de sua utilização.

VOITH

... toda técnica para um papel perfeito.



**ATÉ HOJE A
SUA EMPRESA
PAGOU MAIS
DO QUE D**

ASSUNÇÃO PROGRAMADA DE OBRIGAÇÕES A.P.O.

GANHE DINHEIRO COM OS SEUS PAGAMENTOS.

O Safra está oferecendo uma operação muito vantajosa: Assunção Programada de Obrigações (A.P.O.). Os pagamentos dos compromissos da sua empresa podem ser programados para propiciar grandes benefícios.

A Assunção Programada de Obrigações é bastante simples: o seu Contas a Pagar é transferido para o Banco Safra, que efetua os pagamentos automaticamente nos vencimentos, com desconto nas antecipações de pagamentos.

Com isso, todo o trabalho de controle fica a cargo do Banco Safra, e você ainda otimiza o fluxo de recursos da sua empresa.

Conheça todos os detalhes e vantagens desta operação. Converse ainda hoje com o Gerente Safra em uma de nossas agências ou marque uma entrevista pelo telefone 0800 -14 -7575.



Banco Safra
Tradição Secular de Segurança