

ANO XIII Nº 52 - 1996

ISSN 0102-5279

ENTREVISTA
LUIZ VIEIRA DE
CARVALHO MESQUITA

CELULOSE & PAPEL

13(52)



VCP INICIA GRANDE EXPANSÃO

SETOR ENFRENTA 1996
COM CAUTELA E OTIMISMO



PUBLIC.: P-004178

CELULOSE & PAPEL 13(52) JAN./FEV.1996

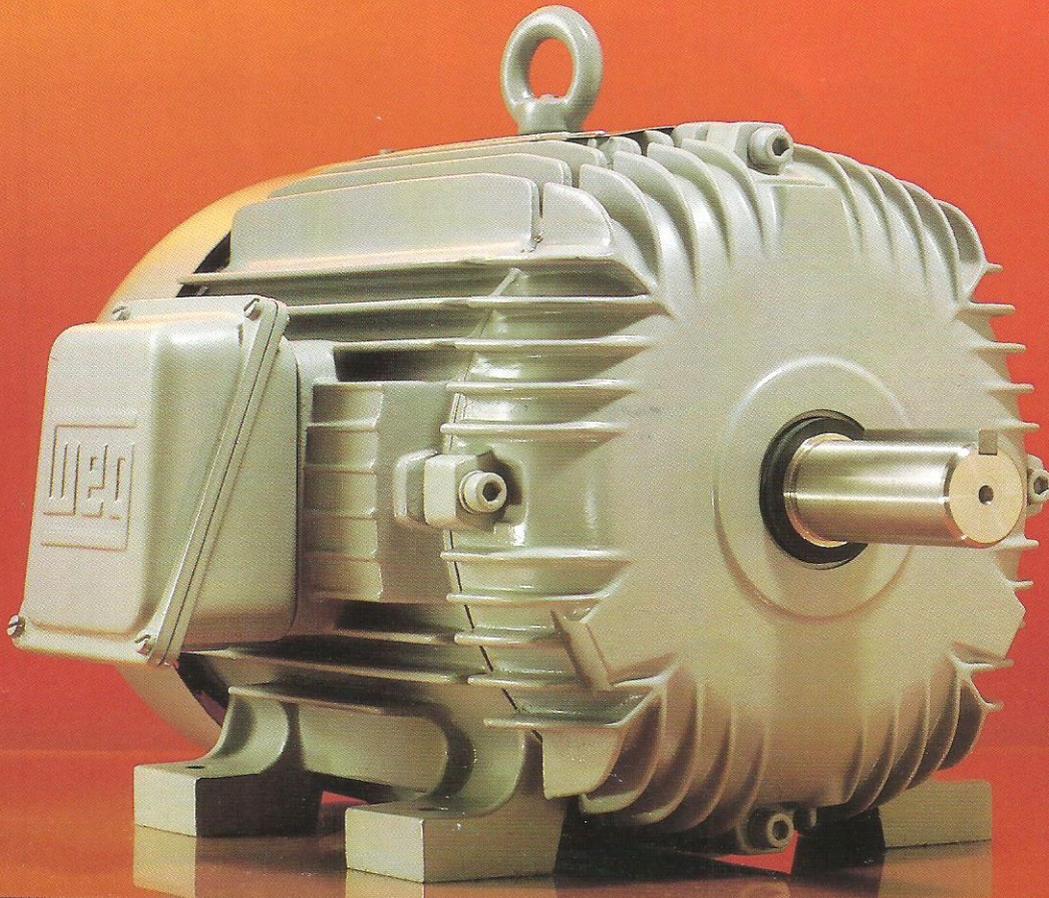
Liderança Absoluta

Não foi por acaso que a Weg Motores se tornou a maior fabricante de motores elétricos e líder absoluta no mercado nacional. Afinal, são mais de 300.000 motores produzidos por mês, onde a qualidade e tecnologia sempre andam juntas. Por isso, quando pensar em motores elétricos, pense Weg!



WEG MOTORES LTDA.

RUA JOINVILLE, 3000 - FONE (0473) 72-4000 - FAX (0473) 72-4040
89256-900 - JARAGUÁ DO SUL - SANTA CATARINA



ESPAÇO POLÍTICO *Biblioteca*

Osmar Elias Zogbi (*)



“A tendência é de que nos reafirmemos como setor de ponta da economia nacional”

A recuperação das cotações internacionais da celulose e papel que predominou no horizonte comercial do setor, no ano passado, e os prognósticos de crescimento equilibrado da economia global e brasileira, para este exercício, lançam as bases para voltarmos efetivamente a investir e duplicar a capacidade produtiva até o ano 2005. Em contrapartida, sabemos que nossa maioria industrial terá um preço a ser pago.

Uma das primeiras reações ao novo papel de parceiros que iremos cada vez mais desempenhar é o recente restabelecimento da tributação por parte da União Européia para a celulose brasileira. Mais do que isso, como pudemos observar, as práticas protecionistas no comércio mundial e a entrada de novos produtores, como a Indonésia, representam ameaças significativas à posição competitiva do Brasil.

No nosso caso, em particular, à parte a comprovada eficácia gerencial e os maciços investimentos feitos ao longo de décadas, temos que lutar para obter condições de competição semelhantes aos nossos concorrentes. Em outras palavras, é imprescindível e justificável eliminar o “custo Brasil”, que onera a produção, os investimentos e as exportações e, para isso, precisamos ter um peso político compatível com nossos propósitos.

Os primeiros passos nessa direção já foram dados, com as reuniões promovidas em passado recente com alguns ministros da área econômica. Surge agora o resultado concreto do interesse despertado no âmbito federal, com o questionário enviado pela Secretaria de Política Industrial do MICT sobre nosso plano estratégico de desenvolvimento. Estamos levantando todos os dados necessários para o conhecimento completo das necessidades do programa de investimentos em todas as áreas afins.

Quanto aos aspectos externos, importa politicamente estarmos presentes nos organismos do comércio mundial e em fóruns internacionais, fazer valer a nossa posição e importância, a nossa seriedade e competência.

Para tanto, este ano vamos aprofundar o trabalho de contato e vinculação a entidades que tenham poder de decisão no tabuleiro das trocas globais. Já começamos com a Ciclepla, que, em 1995, reuniu representantes de nove países latino-americanos e durante a qual foram apresentados os resultados de um estudo de complementaridade encomendado à Cepal/ONU, que será finalizado este ano e deverá ser instrumento de negociação no processo comercial da região.

Estamos montando uma rede de consultores e especialistas que possam colaborar na defesa dos nossos interesses na Europa e Estados Unidos. Com o intuito de trocar experiências e nos aproximarmos dos grandes produtores mundiais, estamos trabalhando para a realização de um congresso internacional do setor no Brasil.

Mas não podemos nos iludir quanto à trajetória para a internacionalização: o processo deverá ser uma escadada íngreme, com um sem número de obstáculos, vitórias e reveses.

Quanto ao mercado interno, para o qual converge a maior parte da nossa produção e que seguramente desfrutará dos benefícios de qualidade incorporados pela globalização, as perspectivas são animadoras. Haverá geração de empregos diretos, abertura de novos pólos de desenvolvimento em áreas carentes de investimentos como Mato Grosso do Sul, interior da Bahia e Maranhão, recursos para pesquisa e aplicação de conhecimento científico na área florestal.

Parece bastante provável que, eliminados os entraves ao nosso pleno florescimento, a tendência é de que nos reafirmemos como setor de ponta da economia nacional, em permanente renovação técnica e tecnológica e aprimoramento ambiental. Uma indústria do amanhã que visa estar à altura das necessidades e conscientização das gerações futuras.

(*) *Osmar Elias Zogbi é presidente da ANFPC - Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose*

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: (011) 885-1845

Diretor Responsável
Osmar Elias Zogbi

Conselho Editorial
Alberto Fabiano Pires
Alfred Freund
Lenomir Trombini
Mário Higino N. M. Leonel
Ronaldo A. Guedes Pereira
Ruy Haidar

Conselho Consultivo
GT2 Divulgação



Não contamine
USE PAPEL

Celulose & Papel é produzida e editada pela Unipress Editorial ISSN 0102-5279

UNIPRESS
EMPRESA DE COMUNICAÇÃO

**Unipress
Diretoria**

Alaôr José Gomes
Reginaldo Finotti

**Diretor de Redação
e Editor**

Reginaldo Finotti

Redação

Adelina Bracco
Ana Lúcia Ventorim
Antônio Albino Marinho
Maroni J. da Silva
Sílvia Pimentel

Diagramação

Marco Aurélio Sismotto

Editoração Eletrônica

HM Design

Publicidade

José Cruz Filho

Relações Públicas

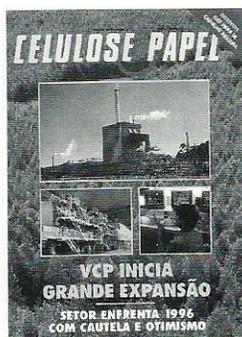
Lina Carla Finotti

Redação, Administração e Publicidade

Alameda Santos, 2.224 - 6º andar
Conj. 61 - Fone (011) 881-8044
Fax (011) 881-7081
CEP 01418-200 - São Paulo - SP

Fotolitos: Lincyr Color

Impressão: Ipsis Gráfica e Editora S.A.



Capa: Fotos Divulgação/VCP

VCP: O FUTURO CHEGA MAIS CEDO

A matéria de capa traz o perfil de uma gigante do setor. Há um ano, Celpav e Papel Simão se uniram, gerando a Votorantim Celulose e Papel. Desde então, a evolução não pára, com a empresa envolvida num megaprograma de investimentos de dois anos para torná-la uma das principais produtoras de celulose do país, líder no segmento de couchê e de térmicos e autocopiativos e única a produzir papel de colagem alcalina em larga escala, abrangendo toda a produção e de forma permanente.

11

O QUE OS FABRICANTES ESPERAM PARA 1996

Confiantes na política de estabilização econômica e com um programa de investimentos de US\$ 13,2 bilhões a ser tocado em uma década, líderes debatem as perspectivas para este ano. Recém-saídos de um ciclo de baixa nas cotações de seus produtos, eles demonstram que assimilaram as lições dos tempos bicudos e não se contagiaram por euforias momentâneas. As análises envolvem todos os segmentos.

5

JORNAIS SE PREPARAM PARA AUMENTAR TIRAGENS

Os dois maiores jornais diários de São Paulo investem pesado para aumentar a capacidade de impressão e também melhorar a qualidade gráfica de suas edições. Folha e Estado traçam planos para oferecer ao público um produto totalmente em cores.

20

ENTREVISTA

Quem é e o que pensa Luiz Vieira de Carvalho Mesquita, presidente dos conselhos de administração de "O Estado de S. Paulo" e da Pisa, além de outras empresas. Aos 74 anos, esbanjando dinamismo, ele divide seu tempo entre gerir os negócios do grupo, dedicar-se à Sociedade de Cultura Artística e criar cavalos de corrida, seu hobby preferido.

24

LEIA TAMBÉM

Balanço completo do setor em 1995	28
Suprimentos: Produtores de Vestimentas	16
Noticiário	32
Opinião	34
Editorial	3

CAUTELA E OTIMISMO: A RECEITA DOS FABRICANTES PARA 1996

Maroni J. da Silva

Nos investimentos programados para os próximos anos, deve predominar o bom senso ditado pelo desempenho real do mercado, num contexto de economia globalizada.

Refletir sobre o futuro, quando não é mais recomendável operar só com a face especulativa da moeda, como acontecia no Brasil, no auge da ciranda financeira, deixou de ser um exercício de hábeis manipuladores da calculadora científica. Nestes tempos de Internet, onde a informação flui com velocidade espantosa, impactando, em tempo real, sobre os negócios, até mesmo o velho planejamento estratégico teve que dobrar-se à realidade. Não à virtual, mas àquela que brota do “chão de fábrica”, onde o pensamento é que é estratégico e não a programação do que deve ser executado na gestão dos negócios, como ensina o consultor canadense Henry Mintzeberg, professor da Universidade McGill, de Montreal.

De olho no futuro e comemorando ainda os resultados da recuperação dos preços de 1994 e 1995, os fabricantes de celulose e papel estão convencidos de que não basta só mudar o calendário para enterrar, definitivamente, mais um ciclo de baixa setorial. Embora o cenário traçado para 1996 seja positivo, em todos os segmentos do setor papeleiro, a maior parte dos entrevistados deixou transparecer que um velho chavão da cultura popular continua atualíssimo, mesmo num ambiente onde o padrão de qualidade é ISO: “cautela e caldo de galinha não fazem mal a ninguém”.

As lições da crise e suas conseqüências estão muito presentes na memória dos fabricantes e nos resultados do balanço de algumas empresas que, apesar da recuperação dos preços, permanecem no vermelho. Além da preocupação constante com preço e qualidade, como fatores determinantes da competitividade, recomenda-se um acompanhamento rigoroso das novas tendências do mercado, ditadas

pela conjuntura econômica e política (interna e externa), bem como do novo perfil do consumidor, exigente e seletivo.

Os novos investimentos anunciados ou em estudos para o aumento de capacidade instalada do setor de celulose e papel como um todo, da ordem de US\$ 13,2 bilhões, nos próximos anos, não deverão ser efetivados pela simples ambição de ampliação ou de *market-share*. Deve predominar o bom senso ditado pelo desempenho real do mercado, num contexto de economia globalizada, onde a estratégia expansionista deve centrar-se na elevação da produtividade, no sentido mais amplo, permitindo, assim, a competição com produtos de baixo custo, de qualquer procedência geográfica.

A expectativa dos fabricantes é de que o setor tenha um crescimento moderado, este ano, da ordem de 4%, seguindo o ritmo da economia doméstica e dos países do Primeiro Mundo, com equilíbrio de preço e oferta. Vale ressaltar que o Ipea - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, do Ministério do Planejamento, trabalha com esse índice para a expansão do PIB brasileiro, em 1996. Já a OCDE - Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento prevê um crescimento de 3% para as economias européias, Japão e Estados Unidos.

Do ponto de vista doméstico, onde é comercializada a maior parte da produção de segmentos como papéis sanitários, imprensa e material de embalagem (cartões e cartolinas), o crescimento do setor, segundo os fabricantes, estará intimamente ligado à continuidade do sucesso do Plano Real. Isso implicará o aumento da eficácia da política econômica em relação ao desempenho do setor público, com ações mais enérgicas sobre o déficit, e mais

capacidade de negociação política, para apressar as reformas no Congresso Nacional.

Externamente, observa-se tanto a conjuntura quanto o movimento dos grandes fabricantes. Ressalte-se que, no início da década, com a demanda estagnada e a capacidade em excesso, o setor acumulou dívidas mais elevadas do que o patrimônio líquido. Em função

dessa realidade, haverá muito cuidado com a expansão da capacidade, sempre que a demanda se mostrar animada. Há previsões, inclusive, de que a produção dos Estados Unidos, maior fabricante mundial de papel e celulose, será menor nos próximos anos, mesmo com eleições e Olimpíadas, dois grandes impulsionadores do consumo de papel.

PAPÉIS PARA IMPRIMIR E ESCREVER

RUMO AO MERCADO EXTERNO

O crescimento moderado da economia brasileira em 1996, consolidando a tendência de equilíbrio entre oferta e preços, permitirá um replanejamento das exportações brasileiras de papel para imprimir e escrever. Com uma produção de 1,9 milhão de toneladas/ano de papel para imprimir e escrever não revestido, o Brasil possui, atualmente, um excedente exportável de 50% do que produz. Por outro lado, os fabricantes brasileiros contam ainda com a vantagem de que em 1996 não haverá um crescimento significativo da oferta mundial.

Diante desse cenário, observa o empresário Raul Calfat, vice-presidente de Papel para Imprimir e Escrever da ANFPC - Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, "as empresas procurarão maximizar o seu nível de competitividade", procurando ajustar ainda mais a gestão de seus negócios à globalização da economia. Neste primeiro semestre, observa Calfat, que também é diretor superintendente da VCP - Votorantim Celulose e Papel, deverá predominar a acomodação dos preços e da oferta, processo iniciado em 1995, quando as cotações interromperam a trajetória ascendente que caracterizou a recuperação do setor de celulose e papel, em nível internacional.

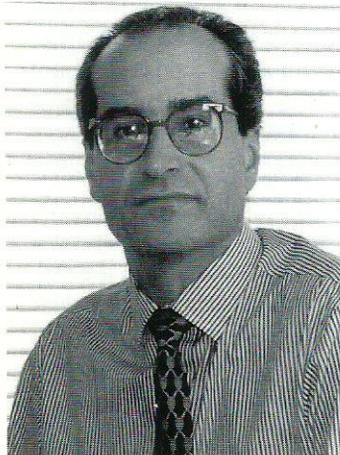
Do lado da demanda, segundo Calfat, a queda dos preços foi motivada pela redução do ritmo das economias norte-americana, européia, japonesa e latino-americana. A outra variável foi impulsionada pelos próprios clientes que, ao observar os preços em alta, mantiveram suas compras em volumes normais, procurando, com isso, antecipar-se a futuras elevações. Quando reduziram as compras, os preços caíram.

Considerando-se, contudo, que os fatores que estimularam o nível de utilização da capacidade de produção, no segmento de papel para imprimir e escrever, ainda são favoráveis, interna e externamente, o cenário mais provável é que haja um equilíbrio entre oferta e demanda. No mercado doméstico, os fabricantes trabalham com a expectativa de que não haverá oscilações bruscas de preços como as que foram registradas em 1995, favorecendo, assim, níveis de consumo moderados como o crescimento esperado da economia.

Externamente, observa Calfat, as projeções, também favoráveis, de crescimento econômico, inclusive na América Latina, aliadas à redução das taxas de juros nos países desenvolvidos, devem levar a um aumento do consumo de papel. Calfat lembra ainda a realização de eleições, nos Estados Unidos, em novembro deste ano, como mais um indicador de consumo, além das Olimpíadas.

De forma geral, porém, a postura dos fabricantes, inclusive dos concorrentes, não será expansionista. A estratégia é precaver-se contra flutuações bruscas de ciclo, visto que os ganhos computados pelo setor de celulose e papel em comparação com o capital investido, na média de ciclo, são considerados insatisfatórios.

No Brasil, segundo Calfat, não haverá aumento de capacidade no segmento de papel para imprimir e escrever não revestido. O que se espera é um acréscimo da oferta inferior a 450 mil toneladas/ano de papel não revestido, a partir da entrada em funcionamento de duas máquinas no Sudeste da Ásia. Este acréscimo está sujeito ainda à curva de aprendizado do primeiro ano de operação das máquinas.



RAUL CALFAT

As empresas vão maximizar seu nível de competitividade, ajustando os negócios à globalização da economia.

BRASIL REVERTE POSIÇÃO DE IMPORTADOR

O Brasil deverá reverter, este ano, sua posição de importador de papel revestido para exportador. A previsão se consolida a partir da aplicação de investimentos da ordem de US\$ 800 milhões, em dois anos, incluindo a entrada em operação de duas novas máquinas, ainda este ano. Com este acréscimo, a produção do setor passará de 105 mil toneladas/ano para 195 mil toneladas/ano, acabando com o déficit de 40 mil toneladas/ano, que tinha que ser suprido com importações.

O acréscimo de produção ficará por conta da Votorantim Celulose e Papel, que colocará em operação, em março, uma máquina com capacidade para produzir 50 mil toneladas/ano. No segundo semestre, será a vez da Ripasa, cuja máquina produzirá 40 mil toneladas/ano de papel revestido.

Coincidentemente, os fabricantes de papel revestido esperam que o desempenho do setor, em termos de consumo e preço, comece a melhorar também no segundo semestre. No mercado interno, segundo José Carlos Gomes de Carvalho, vice-presidente de Papel LWC (couchê) da ANFPC, estima-se que haverá uma queda no consumo no primeiro semestre, em comparação com o segundo semestre de 1995,

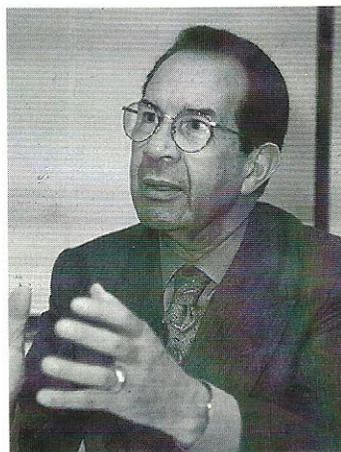
além de uma retração de 10% nos preços em relação a dezembro do ano passado.

No segundo semestre, as coisas voltam ao normal, chegando-se a níveis de consumo iguais aos de 1995. Os fabricantes prevêem ainda que o segmento deverá ter uma melhora nos preços, com taxas positivas variando entre 5% e 7% sobre as cotações de dezembro passado.

No mercado externo a previsão é a de que haverá uma queda acentuada nos preços, no primeiro trimestre, com lenta recuperação a partir de abril. Em dezembro, segundo Carvalho, os preços deverão situar-se em 5% abaixo do patamar registrado em igual período do ano passado.

Com os investimentos programados, além da ampliação da produção, os fabricantes pretendem também conquistar a auto-suficiência em fibras e reduzir a dependência energética. Ao lado disso, o setor quer também ajustar-se cada vez mais às novas tendências de mercado, convivendo com um mercado mais exigente e margens mais apertadas.

Existem boas chances também no mercado externo, no qual não haverá aumento de produção significativo. Os principais projetos, principalmente na Europa, só serão concluídos ao longo de 1997.



GOMES DE CARVALHO

Previsão de uma melhora nos preços, com taxas positivas variando entre 5% e 7% sobre as cotações de dezembro.

CELULOSE NO MERCADO

ANTECIPAR MUDANÇAS E CONVIVER COM ELAS

Atendimento das necessidades do cliente, atuando em parceria; capacidade de antecipar as mudanças e a elas adaptar-se; postura ambiental clara; e posicionar-se entre os produtores de mais baixo custo do mundo. Este é o principal desafio dos fabricantes de celulose, que prevêem um primeiro trimestre ainda difícil, em fase de ajuste, com possível equilíbrio a partir do segundo trimestre. Neste contexto, o cenário para 1996 é visto como "moderadamente otimista", conforme definiu Luiz Kaufmann, vice-presidente de Celulose da ANFPC.

Em nível global, observa, a situação econômica é favorável ao setor, o que permite prever "um crescimento razoável da demanda por papel e celulose". A exemplo de outros fabricantes, Kaufmann também citou as eleições norte-americanas e as Olimpíadas como indicadores do aumento do consumo de papel.

Do ponto de vista doméstico, segundo Kaufmann, o desempenho do setor estará condicionado à implementação das reformas constitucionais (previdenciária, fiscal, administrativa e tributária) de forma a garantir a continuidade do sucesso do Plano Real.

Por outro lado, a opção brasileira por um novo modelo de crescimento sustentado, observa Kaufmann, trouxe para os fabricantes de celulose um desafio duplo, na medida em que o real se valoriza em relação ao dólar. "Além de aumentar a nossa produtividade para enfrentar os ganhos de eficiência de nossos concorrentes internacionais, temos que contrabalançar os efeitos da perda de competitividade decorrente da valorização do real".

Existe também a necessidade de melhorar o retorno do capital investido. "As taxas históricas têm sido muito baixas, especialmente no caso da celulo-



LUIZ KAUFMANN

Desafio: postura ambiental clara, adaptação às mudanças, custos de produção entre os mais baixos de todo o mundo.

se, de capital intensivo. Considerando-se a intensidade de capital, o nível de risco e o caráter cíclico do setor, deveríamos buscar uma taxa de retorno de 18%, pelo menos. Acho, porém, que acabaremos convivendo, na média, com algo entre 12% e 15%”.

Em 1996, quando são esperados um crescimento modesto de faturamento, com alguma elevação de volume, e um preço médio pouco acima do de 1995, a capacidade instalada de celulose no Brasil ganhará um incremento de 350 mil toneladas. O aumento decorre da entrada em operação do projeto de expansão da Cenibra - Celulose Nipo-Brasileira S.A. Em 1997, a VCP contribuirá com mais 180 mil toneladas.

A própria Aracruz, presidida por Kaufmann,

está investindo US\$ 300 milhões na modernização das instalações, aumento de produtividade, melhoria do desempenho ambiental. Tudo isso deverá resultar num aumento de capacidade de produção da ordem de 200 mil toneladas/ano.

O setor conta ainda, segundo ele, com muitas outras inovações. “O contínuo aumento de produtividade passou a fazer parte de nosso dia-a-dia. O ajuste feito pelas indústrias brasileiras foi muito importante e, hoje, somos competitivos em nível global. É indispensável melhorar nossas empresas, sempre, de forma eficiente, inteligente e enérgica. Assim poderemos assegurar uma posição competitiva forte, para que tenhamos condições de enfrentar as futuras crises cíclicas”.

PAPEL IMPRENSA

GANHAR EM PRODUTIVIDADE

Obter ganhos de produtividade para aumentar a oferta, sem investimentos, por enquanto, em ampliação de capacidade instalada. Esta é a estratégia do segmento de papéis para imprensa, que mantém um déficit histórico entre oferta e demanda. Para 1996, espera-se um crescimento de 10% na demanda, elevando as compras dos grandes jornais para algo em torno de 700 mil toneladas de papel contra uma produção de 270 mil toneladas/ano.

Pelos cálculos dos fabricantes, conforme Jahir de Castro, vice-presidente de Papel para Imprensa da ANFPC, o setor poderá aumentar a produção entre 5% e 6%, somente por conta de melhorias e modernização dos equipamentos existentes. Como há mais procura do que oferta, observa, a posição do setor é tranqüila. Com exceção de uma exportação marginal de 15 a 20 mil toneladas/ano, a produção é totalmente consumida no mercado nacional.

As previsões de consumo para o primeiro semestre indicam que haverá uma queda de 8% a 12%, em relação a igual período do ano passado, seguindo o comportamento sazonal do segmento. A recuperação é esperada para o segundo semestre, devido aos investimentos públicos em educação — que deverão elevar o nível de leitura do brasileiro — e ao próprio desempenho da economia.

Com mais dinheiro no bolso, segundo Castro, que também é diretor executivo da Klabin Fabricadora de Papel e Celulose, as pessoas compram mais jornais, livros e revistas a fim de melhorar o nível de informação. Atualmente, o consumo per capita de papel no

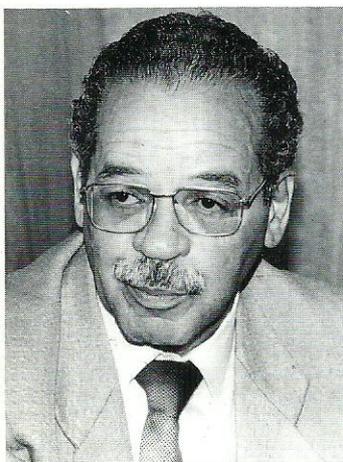
Brasil é de 4 quilos, contra 57 quilos nos Estados Unidos e 7,5 quilos na Argentina, por exemplo.

Contudo, observa Castro, a posição de tranqüilidade do setor em relação ao mercado de consumo não significa deixar de seguir, de forma rigorosa, o binômio preço e qualidade. Isto porque a importação de papel imprensa é isenta de impostos, colocando os fabricantes nacionais numa acirrada concorrência com os fornecedores estrangeiros.

Outra questão importante, segundo Castro, é que a indústria jornalística vem investimento cada vez mais no aperfeiçoamento do parque gráfico. As novas rotativas, que permitem impressão a quatro cores, na frente e no verso, exigem papéis com resistência, lisura e opacidade condizentes com esses padrões gráficos.

Os fabricantes não devem esquecer ainda, diz ele, da vinculação do setor com os mercados globais. “Dentro de uma política de globalização, os investimentos na área de papel imprensa devem, necessariamente, passar por uma primeira análise sob a ótica do Mercosul, da Europa e da própria América Latina como um todo”.

Até o ano 2000, o Brasil estará consumido 900 mil toneladas/ano de papel imprensa, contra uma oferta estimada de 830 mil toneladas/ano. Para que isso ocorra, duas novas máquinas (uma da Klabin e outra da Pisa), com capacidade para produzir 280 mil toneladas/ano, deverão entrar em operação. Os estudos neste sentido estão em andamento e o investimento previsto, a preços de hoje, é de US\$ 550 milhões.



JAHIR DE CASTRO

Papéis com resistência, lisura e opacidade condizentes com os padrões dos modernos parques gráficos da imprensa nacional.

SUCESSO DO REAL GARANTE BOM DESEMPENHO

Para quem conviveu com um aumento de consumo na ordem de 15%, em 1995, como decorrência direta da recuperação dos salários pelos segmentos mais baixos da população, com a implantação do real, a estratégia mais acertada é torcer, cada vez mais, pelo sucesso do plano. Esta é a situação em que se encontra o segmento de papéis sanitários, que incluem papel higiênico, lenços, guardanapos, toalhas domésticas e industriais.

Pelas características do setor, seu desempenho no mercado doméstico depende diretamente da melhoria do padrão de consumo da população de baixa renda na área de higiene pessoal, como aconteceu em 1995. Segundo Ruy Haidar, vice-presidente de Papéis Sanitários da ANFPC, a desova de estoques foi tão grande no ano passado, que o setor já está investindo no aumento da capacidade de produção.

Existem dois projetos em andamento, os quais deverão acrescentar 12% na capacidade instalada de 500 mil toneladas/ano. Um deles, no qual serão investidos US\$ 35 milhões, é da Fábrica de Papel Santa Therezinha, a segunda maior fabricante do segmento, que é dirigida por Haidar.

O plano de expansão prevê o aumento da produção de papel higiênico, toalhas, guardanapos e uma linha de produtos denominados institucionais (um tipo de papel toalha). A previsão para 1996, é de que o segmento crescerá entre 6% e 7% em termos de volume de vendas em comparação a 1995.

Espera-se também um aumento de 8% reais no faturamento, ou seja, acima da inflação. Contudo, para que essas previsões se concretizem, é essencial que a política econômica continue apresentando indicadores positivos, como inflação baixa, melhoria do poder de compra e baixa da taxa de juros.



RUY HAIDAR

O setor já investe no aumento da produção, que deverá crescer 12% sobre a capacidade instalada atual.

CRESCIMENTO MODERADO

Mesmo considerando que os reflexos da política econômica sobre o consumo per capita de papéis no Brasil ainda serão pequenos, os fabricantes de papéis especiais esperam um bom crescimento para 1996. O patamar não foi especificado, até porque existe uma certa cautela motivada pela forma com que o governo vem conduzindo a economia, especialmente a política monetária.

O termo correto para expressar a expectativa de crescimento dos fabricantes, segundo Walter Zarzur Derani, vice-presidente de Papéis Especiais da ANFPC, é "moderação". As empresas em geral também esperam um aumento de faturamento para 1996, mas não muito acima do que venderam em 1995.

Uma das formas para aumentar o consumo per capita de papel no Brasil, segundo Derani, é a implementação de uma política de distribuição de renda. Mas ninguém espera que isso ocorra tão cedo, devido ao esforço que o país vem realizando no sentido de criar as condições necessárias para que a economia cresça em índices mais acentuados. Na opinião de Derani, a melhoria da distribuição de renda só virá a médio e longo prazos.

Mesmo assim, observa, a maioria das empresas do setor está avaliando as oportunidades de

investimentos para os próximos anos, que deverão proporcionar aumento de capacidade, melhoria da qualidade de papéis e cartões e incremento da produtividade.

Derani concorda que as empresas do setor já fizeram seus ajustes, não importando o conceito, se reengenharia ou downsizing. Contudo, segundo ele, este é um processo para toda a vida. "A procura de condições que tornem a empresa mais competitiva perante seus concorrentes será, cada vez mais, um fator vital ao sucesso" — afirma.

De acordo com sua avaliação, os fatores que determinarão o grau de competitividade das empresas estarão relacionados, em primeiro lugar, com a capacidade de concorrer em custos nos mercados globalizados. Outra questão importante é o processo de melhoria da qualidade de produtos e uma grande preocupação em servir o cliente por meio de uma estrutura de serviços de alto nível.

O cliente do futuro, segundo Derani, apresentará um grau crescente de exigência. Isso significa produtos de melhor qualidade e adaptados ao seu objetivo; serviços de entrega e atendimento técnico sintonizados com os novos ciclos de produção; e uma disposição para estabelecer um tipo de relacionamento que transcenda o simples ato de comprar e vender.



WALTER DERANI

É preciso disposição para estabelecer um relacionamento especial com o cliente do futuro: haverá mais exigência.

PAPÉIS PARA EMBALAGEM

MODERNIZAÇÃO E PRODUTOS COM MAIOR VALOR AGREGADO

Ajustar cada vez mais a produção à estratégia de redução de custos e complementação de atividades, com vista a obter maior valor agregado para seus produtos. É desta forma que o segmento de papéis para embalagem pretende atuar em 1996, seguindo a tendência de integração registrada em 1995, quando muitos fabricantes se tornaram também convertedores ou vice-versa.

Este processo, segundo Ítalo Trombini Filho, diretor da Trombini Papel e Embalagens S.A., resultou da necessidade que as empresas sentiram, em 1995, de aumentar a produtividade, reduzir custos e se tornarem mais competitivas. Isso deverá continuar, de certa forma, em 1996, já que o setor é composto de 90 empresas, a maioria de pequeno porte, que são responsáveis por uma capacidade instalada de 2,6 milhões de toneladas/ano.

Em comparação com 1995, os fabricantes

esperam que haja um aumento na produção da ordem de 5%, mas não há investimento previsto. Os sinais de crescimento, segundo as previsões, só deverão aparecer a partir do primeiro trimestre.

O incremento será absorvido, segundo Trombini, pela capacidade instalada existente, visto que as empresas vêm se ajustando à nova realidade e algumas estão, inclusive, descapitalizadas.

O processo de saneamento financeiro e de ajuste na produção inclui, também, mudanças de comportamento em relação aos métodos de trabalho. A implementação de programas de gestão da qualidade, faz parte desse processo de modernização, mas sem a preocupação, por enquanto, de buscar a certificação.

Esta obrigação é mais para quem exporta, observa Trombini, o que não é o caso dos fabricantes de papel para embalagem, que vendem quase tudo que produzem no mercado interno.

TROMBINI FILHO

Ajustar, cada vez mais, a produção à estratégia de redução de custos para obter maior valor agregado.

CARTÕES RECICLADOS

ALIMENTOS EXIGEM MAIS EMBALAGENS

O aquecimento do mercado nas áreas de alimentos, medicamentos, calçados, perfumes e produtos de laboratório deverá puxar o crescimento do segmento de cartões e cartolinas, principalmente a partir do segundo semestre deste ano. É desta forma que o empresário Dante Emílio Ramenzoni, diretor da Papyrus Indústria de Papel, analisa as possibilidades do setor para 1996.

Os cartões destinados à produção de embalagens semi-rígidas utilizadas para acondicionar alimentos, produtos de limpeza, cigarros e calçados tiveram um crescimento de 3% em 1995, que, somado às cartolinas, equivale a uma produção de 33 mil toneladas/mês.

Em 1996, a previsão é de que este número se repita. Mas o desempenho efetivo do setor dependerá do comportamento da economia doméstica.

Em 1994, por exemplo, as vendas externas chegaram a 50 mil toneladas, caindo para 28 mil toneladas em 1995. A causa é a perda de competitividade motivada pelo chamado "custo Brasil", mais precisamente a carga tributária.

Analisando a conjuntura ainda favorável, o empresário observa que, internamente, o faturamento do setor foi beneficiado em 1995, pelo efei-

to do real vindo de 1994. "Mas 1996 é o ano da estabilização e por isso não haverá explosão, pois, caso contrário, a inflação também explodirá".

Para uma capacidade instalada de 38 mil toneladas/mês ou 420 mil toneladas/ano, o ideal seria que a produção atingisse 35 mil toneladas/mês, segundo Ramenzoni. O difícil é prever se só o mercado interno será suficiente para garantir a rentabilidade esperada.

Em comparação com o plástico, com o qual dividem parte do mercado de embalagem, os cartões e cartolinas levam a vantagem de serem recicláveis e por isso podem ganhar mais espaço. E sobre os reciclados, de forma geral, diz Ramenzoni, que também é vice-presidente de Papéis Reciclados da ANFPC, há uma previsão de crescimento de 4% para este mercado, em 1996, com aquecimento a partir do segundo semestre.

O Brasil, além de já estar reciclando, hoje, cerca de 35% da produção total de papel, está exportando cartões e produtos para embalagem feitos com matéria-prima reciclável. Existe espaço para crescer nesta área já a partir deste ano, segundo Ramenzoni, tanto que existem estudos no setor sobre a questão.

DANTE RAMENZONI

Para os reciclados, há previsão de 4% de crescimento em 96. O mercado aquece a partir do segundo semestre do ano.

VCP RUMO À GLOBALIZAÇÃO

Programa de investimentos de US\$ 400 milhões insere empresa na economia mundial

Texto: Adelina Bracco



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Um ano após a fusão da Celpav com a Papel Simão, a VCP entra em ritmo de grande crescimento, com aumento da produção de celulose, couchê, térmicos e autocopiativos e nova griffe de colagem alcalina. Na foto, a unidade de Jacareí

Dois anos são mais que suficientes para a Votorantim Celulose e Papel - VCP - tornar-se uma indústria globalizada, tão moderna quanto as principais do setor no mundo. Caçula da holding Votorantim, o maior grupo industrial privado brasileiro, a VCP, em 1995, seu primeiro ano de vida própria após a fusão, pôs em marcha um audacioso programa de investimentos da ordem de US\$ 400 milhões, considerado o principal do ramo, a ser tocado basicamente com recursos próprios.

Com isso, até meados de 1997, a companhia deverá saltar para a segunda posição como produtora brasileira de celulose de fibra curta, passando das atuais 520 mil para 800 mil toneladas/ano, gerando também excedentes exportáveis, o que hoje ainda não acontece.

A ampliação na área de papel, com capacidade atual de 530 mil toneladas/ano, já começou e se prolongará até maio do ano que vem, privilegiando a produção de couchê, que aumentará de 25 mil para 175 mil toneladas/ano, e de térmicos e autocopiativos, de 17 mil para 45 mil toneladas/ano. "Seremos o maior fabricante de couchê da América Latina e o único utilizando tecnologia *on machine* em equipamento de grande porte", informa o diretor-superintendente Raul Calfat, 43. Ele afirma que o objetivo da empresa é continuar detendo, como hoje, o primeiro lugar também no segmento de térmi-

cos e autocopiativos, com expansão para o mercado sul-americano.

As mudanças em todas as atividades são tão profundas que podem ser vistas como revoluções. Elas abrangem desde um inovador marketing **business to business**, passando pela organização dos empregados em times, até a última palavra em relações trabalhistas e sindicais. Uma das cláusulas do acordo em vigor para seus 4.800 funcionários é o da jornada de trabalho flexível, inédita no setor.

Para o consumidor final, a grande novidade este ano é o papel de colagem alcalina, com PCC (carbonato de cálcio precipitado), que substitui com muitas vantagens o de colagem ácida (à base de caulim). Pela primeira vez produzido em larga escala no país, esse papel é resultado da parceria com a gigante norte-americana Specialty Minerals, que está terminando de instalar duas plantas junto às fábricas da VCP de Jacareí e Luís Antônio, ambas no Estado de São Paulo. "A mudança acabará influenciando todo o nosso parque industrial de papel", prevê o diretor-superintendente. Em 1995, o faturamento líquido da empresa foi da ordem de US\$ 800 milhões; no final do megaprograma de investimentos, a previsão é de que alcance US\$ 1,2 bilhão.

Em entrevista à "Celulose & Papel", Raul Calfat fala dos projetos, do desempenho do grupo e das perspectivas de mercado.

VCP PRODUZIRÁ 800 MIL TONELADAS DE CELULOSE EM 97

C&P - Qual a dimensão do programa de investimentos da VCP?

Raul Calfat - Aprovamos um programa de investimentos para 95/96 que, no setor de celulose e papel, é o maior em curso no país. Abrange um montante de US\$ 400 milhões e através dele estamos ampliando nossa capacidade de produção principalmente de celulose, papel *couché* e papéis térmicos e autocopiativos. Além disso, estamos otimizando uma máquina de papéis para imprimir e escrever não revestidos e substituindo os equipamentos de corte de nossas unidades por uma nova geração de cortadeiras e embaladeiras automáticas.

C&P - Como ficará o segmento de celulose?

RC - A partir de meados do ano que vem, teremos expandido a produção de celulose de fibra curta branqueada de eucalipto de 520 mil para 800 mil toneladas/ano. Isso vai nos colocar como uma das maiores produtoras brasileiras de celulose. Para isso, estamos investindo US\$ 240 milhões em nossas unidades de Jacareí e Luís Antônio (SP).

Hoje, nossa disponibilidade de mercado é da ordem de 90 mil toneladas/ano mas, após a ampliação, passaremos a 320 mil toneladas/ano, que serão comercializadas nos mercados interno e externo.

C&P - De quanto será o aumento da área plantada?

RC - Deveremos ter uma área plantada da ordem de 100 mil hectares de eucalipto, contra 66 mil hectares hoje. A área total será de 155 mil hectares, nas reservas próximas a Jacareí e Luís Antônio.

C&P - Como será a expansão da produção de papéis térmicos e autocopiativos?

RC - Estamos produzindo cerca de 17 mil toneladas de papéis térmicos e autocopiativos e, em julho próximo, agregaremos cerca de 28 mil toneladas, totalizando 45 mil toneladas/ano. Para isso foi adquirido um novo coater, que produz os dois tipos de papéis, num investimento de cerca de US\$ 38 milhões. A máquina é importada da BMB, da Suíça, com uma das mais modernas tecnologias para essa finalidade.

C&P - O sr. acredita que novos papéis desenvolvidos para fax possam substituir totalmente os térmicos?



FOTO: VICENIE COSTA

Raul Calfat prevê que, em dois anos, faturamento da VCP saltará de US\$ 800 milhões para US\$ 1,2 bilhão

RC - A colocação é oportuna porque o equipamento que estamos importando está sendo montado com uma especificação dada por nós e por nosso parceiro, a empresa japonesa New Oji Paper, com a qual temos um contrato de tecnologia.

Essa máquina vai permitir a produção não apenas de papel térmico para fax como também para outros fins ainda pouco desenvolvidos no Brasil, como rótulos, etiquetas auto-adesivas, automação comercial e instrumentação médica. Quanto ao fax, esse é um mercado onde conviverão o papel térmico e o comum.

C&P - Qual deverá ser a preferência dos consumidores?

RC - A tendência tem sido de que o grande usuário opte pelo papel comum e o pequeno continue utilizando o térmico, tendo-se em vista que a máquina fax para papel térmico é mais barata e não requer manutenção. Mesmo com as novas máquinas de fax a laser, a tendência mundial tem sido de algum crescimento do papel térmico, principalmente pela expansão deste tipo de comunicação no nível das residências. No Brasil, o mercado ainda está longe da maturidade no que diz respeito à instalação de máquinas fax.

C&P - A VCP continuará liderando esse segmento?

RC - Somos hoje o único produtor da América Latina e estaremos mais que dobrando a produção. Nossa intenção

será abastecer não somente o mercado brasileiro, mas também toda a América Latina.

C&P - De onde virão os recursos para o programa de investimentos?

RC - A parte preponderante vem do aumento de capital que fizemos em fevereiro do ano passado, mais a geração de recursos próprios. Isso permite que a empresa tenha hoje uma situação de endividamento líquido bem confortável. Neste momento, temos um endividamento total da ordem de US\$ 420 milhões, mas possuímos, em contrapartida, US\$ 330 milhões em aplicações financeiras. O endividamento líquido é da ordem de US\$ 90 milhões, uma cifra bem confortável para uma empresa que tem patrimônio líquido acima de US\$ 1,5 bilhão.

C&P - Como foi o desempenho financeiro em 95?

RC - O faturamento líquido (à vista, sem os impostos) deverá ser de cerca de US\$ 800 milhões. Após a implementação do programa de expansão, esse faturamento deverá crescer para US\$ 1,2 bilhão, considerando-se os preços atuais de papel e celulose. É algo bastante expressivo para um período de apenas dois anos.

Ao contrário da grande maioria das empresas do setor, utilizamos a depreciação acelerada no caso de nossas demonstrações financeiras. Significa dizer que fazemos a depreciação dos equipamentos e a amortização do diferido em apenas cinco anos, quando as demais fazem em dez. Por isso, achamos que a melhor maneira de se avaliar a VCP não é através do lucro, mas sim da geração de caixa. Para um faturamento como o estimado para 95, estaremos tendo uma geração operacional de caixa que deverá se aproximar dos US\$ 270 milhões.

C&P - Como está o processo de obtenção de certificações e atendimento a normas ambientais?

RC - Temos certificações ISO 9000 nas fábricas de Luís Antônio e de Salto e estamos em processo para obtenção nas fábricas de Jacareí e Piracicaba.

Estamos adaptando nossas fábricas de celulose para produzirem ECF (*Elemental Chlorine Free*), utilizando apenas dióxido de cloro. No caso específico da fábrica de Jacareí, que vai gerar os excedentes para exportação, haverá flexibili-

dade para produção também TCF (*Total Chlorine Free*). Além disso, estamos nos preparando para nos adaptarmos à norma ambiental ISO 14000.

C&P - No ano passado, a produção foi a plena capacidade?

RC - Produzimos cerca de 520 mil toneladas de celulose e cerca de 530 mil toneladas de papel, ocupando números próximos à capacidade instalada. Do volume de papel, exportamos cerca de 200 mil toneladas, o que significa um aumento da participação da exportação no faturamento.

C&P - O mercado interno correspondeu à expectativa?

RC - Sim, principalmente durante o primeiro trimestre. Mas o mercado foi afetado pelas medidas de desaquecimento econômico adotadas pelo Governo, que acabaram provocando uma queda de demanda generalizada, influenciando também no setor de celulose e papel. A partir do mês de março de 95, a VCP se direcionou mais para mercados externos, que continuaram bastante atraentes até o final do terceiro trimestre.

C&P - Que projeções podem ser feitas com relação a preços médios para este ano?

RC - Está havendo um processo de desestocagem ao longo da cadeia de distribuição e consumo e isso tem afetado a demanda, com reflexo nos preços. Hoje os preços não estão mais tão firmes como estiveram tempos atrás. Numa projeção mais a médio prazo, o que se espera é que, passado esse processo de desestocagem, a situação tenda a se normalizar, desde que o nível atual de atividade econômica não sofra interrupções.

O mais importante é que não existem adicionais de capacidade significativos entrando no mercado entre 96 e 97. E como o crescimento econômico internacional tende a ser positivo durante esse período, os fundamentos estão criados de maneira favorável para o setor de celulose e papel.

C&P - A quanto poderá ser cotada a tonelada de celulose internacionalmente?

RC - Tudo indica que atingimos um pico de cotação de celulose no mês de

outubro de 95, que foi de US\$ 1.000 para fibra longa e US\$ 925 para fibra curta. O que se acredita é que o preço da celulose se situe durante o ano em curso num patamar muito próximo da média de preço que foi praticada durante 95.

C&P - O que se pode dizer sobre a posição brasileira no mercado mundial de celulose?

RC - Não existem no mundo projetos muito significativos na área de ampliação de plantas de celulose, com exceção da Indonésia. Esse país deverá ser um *player* significativo no mercado de fibra curta. Embora esteja utilizando basicamente fibras nativas, a Indonésia está desenvolvendo um processo de plantio fundamentado principalmente no eucalipto e acácia, o que fará com que ela concorra mais diretamente com o Brasil.

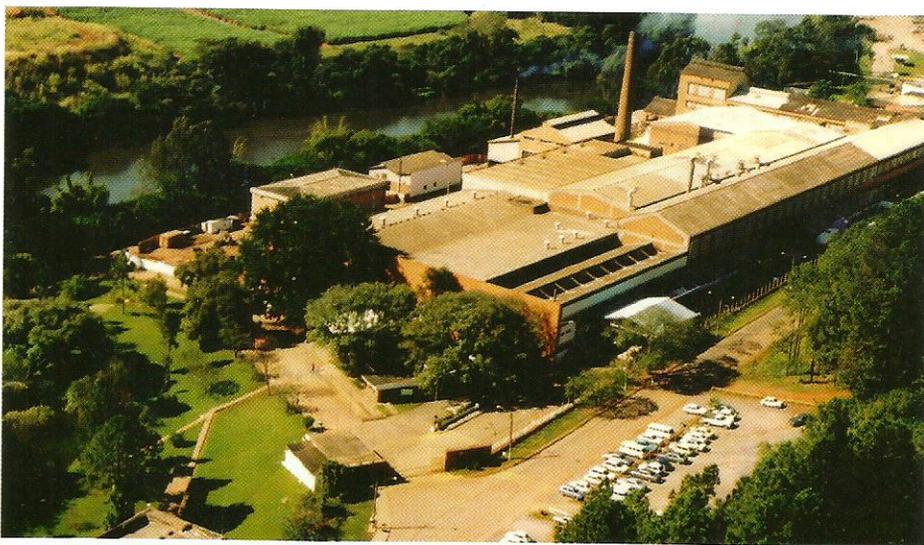
Convém ressaltar que a maioria dos projetos indonésios tem integração com papel. Por isso ela tende a ser, no futuro, um competidor nos dois segmentos, com uma atuação em nível mundial, com direcionamento mais concentrado na região do Sudeste Asiático.

EXPANSÃO EM COUCHÉ FARÁ EMPRESA LIDERAR MERCADO

A expansão na área de papel *couché* é a segunda prioridade (atrás da celulose) do programa de US\$ 400 milhões de investimentos, tendo por objetivo tornar rapidamente a empresa líder de mercado, com mais de 50% de participação no segmento.

As 25 mil toneladas/ano que atualmente são produzidas sobem para 75 mil no mês de abril e para 175 mil toneladas em maio de 1997. O Brasil fabrica hoje 105 mil toneladas de *couché*. O que se projeta é que o país esteja produzindo no final desse período uma quantidade superior a 300 mil toneladas.

A primeira etapa da ampliação será vencida graças à inversão de US\$ 45 milhões em um novo *off machine coater*, supermoderno, que vai operar a 900 metros/minuto, "permitindo a produção de um papel com características de qualidade equiparáveis aos melhores do mundo", diz Raul Calfat. A sua capacidade de produção será de 75 mil toneladas/ano, sendo simultaneamente desativado o atual equipamento com produção de 25 mil toneladas/ano, com recursos tecnológicos e escala defasados.



A unidade de Piracicaba receberá US\$ 50 milhões para produzir *couché on machine*

Para o segundo momento, os recursos disponíveis serão da ordem de US\$ 50 milhões para fabricação do *couché on machine*. Neste caso, o revestimento é aplicado no próprio equipamento.

A máquina da fábrica de Piracicaba, de 4,20 metros de largura, operando a

900 metros/minuto, está passando por uma reforma que permitirá a agregação do que há de mais moderno em componentes, para capacitá-la a produzir esse tipo de papel, de custo mais competitivo e com características de printabilidade mais adequadas.

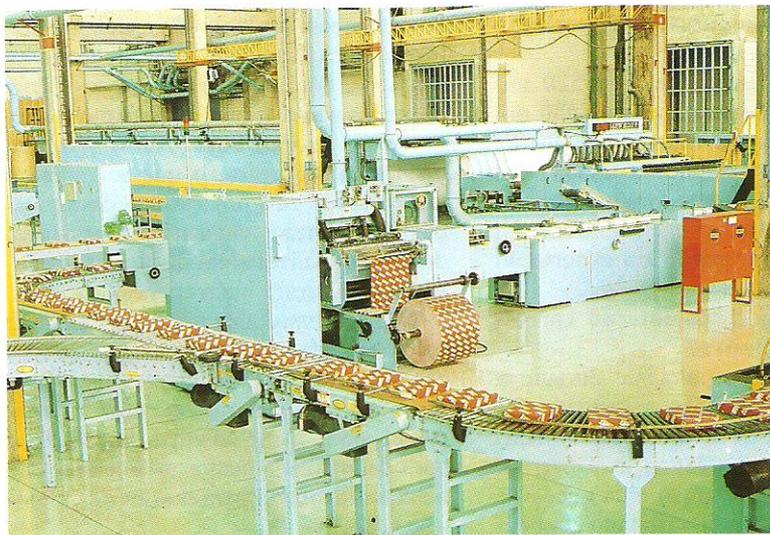
MEGAFUSÃO GERA TERCEIRA MAIOR DO SETOR

O Grupo Votorantim entrou no setor de celulose e papel em 1988 com a aquisição da Celpav, situada em Luís Antônio (região de Ribeirão Preto, São Paulo), num leilão de privatização do BNDES. Na ocasião, foram investidos cerca de US\$ 700 milhões para torná-la uma das mais modernas do mundo.

A empresa começou a operar no início de 1991. Em novembro do ano seguinte, a Votorantim adquiriu a setuagenária Indústrias de Papel Simão. “Até final de 1994, conviveram duas personalidades jurídicas distintas. A Simão era uma empresa de capital aberto, listada em bolsa e com ADR nível 1 em Nova York, e a Celpav era de capital fechado”, conta o diretor-superintendente da VCP, Raul Calfat, que desempenhou a mesma função na Simão, onde entrou como estagiário.

Nesse período, para que as sinergias fossem realmente otimizadas, tudo indicava que as duas deveriam juntar-se societariamente, até porque existiam acionistas preferenciais na Simão que não participavam da Celpav. “Também com o objetivo de dar maior transparência às operações, seria conveniente uní-las numa só grande empresa de capital aberto”, lembra Calfat.

Com a assessoria da Price Waterhouse, em janeiro do ano passado houve a fusão, que se constituiu numa das maiores operações de mercado já realizadas no país, com a emissão de debêntures



“Copimax” é a marca mais conhecida da VCP. O papel também é exportado

convertíveis em ações no montante de R\$ 1,2 bilhão. “Fizemos com que a Simão emitisse as debêntures e a Celpav as adquirisse, convertendo simultaneamente em ações. Ao mesmo tempo, mudamos a denominação para Votorantim Celulose e Papel - VCP.”

Com patrimônio líquido de R\$ 1,7 bilhão, a VCP tem hoje cinco fábricas (Jacaré e Luís Antônio totalmente integradas, Mogi das Cruzes, Piracicaba e Salto, que fabrica papel-moeda e de segurança, com tecnologia da franco-britânica Arjo Wiggins Appleton). Possui ainda uma das principais distribuidoras de papel do país, a KSR, além de duas reser-

vas florestais, escritórios em Delaware (EUA) e Amsterdã (Holanda), e a coligada Pedras Brancas, em Guaíba (RS).

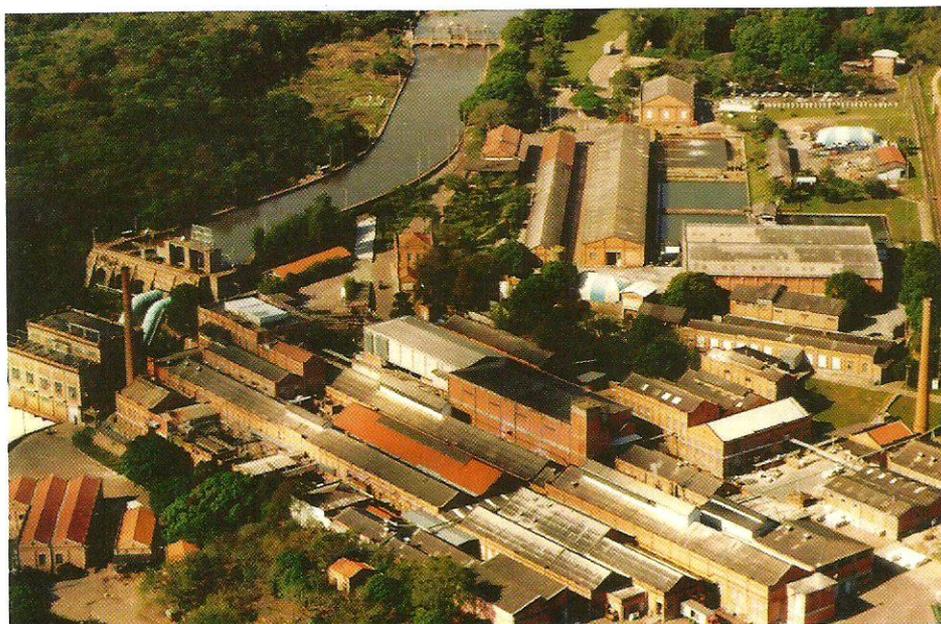
Entre os principais resultados, a fusão acarretou uma redução adicional das despesas fixas e administrativas da ordem de 1,5% do faturamento líquido (tendo por base o valor previsto de US\$ 800 milhões, a redução girou em torno de US\$ 12 milhões em 95).

Com o prosseguimento do Projeto Repensar, de reengenharia, que está revolucionando os conceitos organizacionais, a empresa experimenta uma fase de ebulição, atenta à sua inserção no mercado internacional.

“A VCP está em ritmo de grande crescimento. Profissionalizada, preservou uma das vantagens da empresa familiar, quando bem gerida, que é a agilidade de decisão”, avalia o diretor-superintendente.

Administrador de empresas formado pela Fundação Getúlio Vargas e com carreira inteiramente dedicada ao setor de papel e celulose, Calfat diz que, do ponto de vista pessoal, o Grupo propicia a seus executivos todas as condições para a realização profissional. “Considero importante para o executivo conhecer profundamente o setor em que atua para poder antecipar tendências”, acentua.

Quanto a hobbies, revela que pratica esporte, faz ginástica de três a quatro vezes por semana, mas, sobretudo, gosta de leitura, principalmente não ficção. A última obra que leu (e recomenda) foi “Administrando em Tempos de Grandes Mudanças” (Editora Pioneira, 1995), do papa da administração moderna Peter Drucker.



A fábrica de Salto (SP) produz papéis especiais e de segurança

LANÇAMENTO

PAPEL ALCALINO DOMINA PRODUÇÃO

AVCP está introduzindo em larga escala no mercado brasileiro o papel de colagem alcalina. A novidade foi resultado da parceria feita com uma das maiores produtoras de carbonato de cálcio precipitado (PCC) do mundo, a norte-americana Specialty Minerals, que está instalando com recursos próprios duas plantas junto às fábricas de Jacareí e Luís Antônio (SP). “Até hoje foram feitas experiências pontuais por parte de diversos fabricantes, mas nunca houve uma decisão como a nossa, de fazer a aplicação em larga escala e abrangendo toda a produção, em caráter permanente”, salienta Raul Calfat. “A inovação certamente vai acabar influenciando todo o parque industrial de papel do Brasil.”

Por algum tempo, o papel de colagem alcalina e o de colagem ácida (à base de caulim) vão conviver no mercado. Mas o diretor da VCP acredita que a tendência para a substituição é irreversível, já que o novo produto apresenta uma série de vantagens para o usuário. “Ele tem um grau de alvura superior, que faz com que a impressão seja realçada. Ao mesmo tempo, há maior homogeneização da impressão, a espessura do papel aumenta e a opacidade também. É exatamente tudo o que o consumidor deseja e sem aumento de custo”, conclui.



A marca do papel alcalino VCP

FOTO: VICENIE COSTA



Fernando: cláusula da jornada flexível é inédita no setor

MARKETING

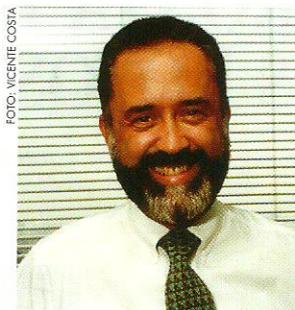
FOCO NO CLIENTE REVOLUCIONA VENDAS

Concomitante ao plano de investimentos e da melhoria tecnológica, a empresa está adotando o marketing *business to business*, dentro do Projeto Repensar, de reengenharia, que visa a aperfeiçoar o atendimento ao cliente. O conceito envolve, além do produto adequado, a oferta de uma ampla gama de serviços para otimizar o resultado econômico do comprador. “Quando mais útil for nosso produto, mais seremos valorizados”, preconiza o diretor comercial Sergio Gandra Vaz, 51.

Ele dá o exemplo da Toga na área industrial. “Através de um relacionamento muito próximo, conseguimos desenvolver rótulos para cervejas que são perfeitamente adequados aos processos dessa empresa, fazendo com que ela satisfaça o seu consumidor final.”

Outro case importante é o do setor caderneiro, que sofre uma grande sazonalidade. “Estamos introduzindo o papel térmico com a marca do cliente para que ele enfrente a entressafra”, revela.

A área comercial foi a primeira atingi-



Sergio Vaz: em busca da otimização dos resultados para o cliente

da pelo Projeto Repensar, a partir de abril do ano passado. Hoje a sua performance se dá através de times multifuncionais voltados para mercados segmentados. Por exemplo, dentro do mercado interno, há as divisões distribuidor/gráfico, industrial, educacional e formulário contínuo, cada uma com características diferenciadas.

Os times que atendem os segmentos promovem desde vendas, passando pelo marketing, assessoria técnica, até atendimento interno, financeiro e de crédito. “Há pessoas que nunca saíram do escritório e hoje visitam clientes e, o que é mais importante, trazem idéias, participam e dão sugestões”, anima-se o diretor comercial. “O retorno tem sido muito positivo. Há depoimentos espontâneos de clientes dizendo que sentiram uma grande diferença, alguns já torcendo pelo seu time de atendimento.”

A transformação da estrutura total da empresa deverá estar finalizada no segundo semestre do ano em curso. “Mas diria que esse é um processo que não acaba nunca”, prevê Sergio Vaz.

ACORDO TRABALHISTA: AVANÇO HISTÓRICO

Numa decisão inédita para o setor, a VCP, com o envolvimento do sindicato patronal, assinou no final do ano passado um acordo trabalhista com sindicatos ligados à CUT, estipulando, entre outras cláusulas inovadoras, a jornada flexível, a exemplo do que ocorreu na área automobilística.

Foi um avanço num momento de impasse entre os sindicalistas e outras empresas, conta o diretor administrativo e coordenador da reengenharia, Fernando Antonio da Silva, 49. “A VCP foi procurada pelos dirigentes dos trabalhadores e fizemos uma negociação histórica.”

A jornada flexível funciona como um sistema de crédito de horas trabalhadas. Quando há necessidade de paradas por razões técnicas, pode-se dispensar uma parte do efetivo, com compensação posterior. O diretor relata que entre as 60 cláusulas do acordo há também as que estipulam comissões paritárias para tratar de temas

como educação e preparo da força de trabalho, saúde, detecção e eliminação de condições insalubres etc. “Paralelamente, estamos acordando que a organização será aberta ao sindicato todas as vezes em que houver dúvidas sobre perícias e laudos”, informa.

No que toca a dissídios, a empresa garante que deverá primeiro esgotar as vias amigáveis, inaugurando uma fase nova de diálogo. “Se tivermos um bom relacionamento com os nossos colaboradores, a possibilidade de conflito é diminuta”, acredita Fernando Antonio. Para ele, a relação trabalhista não precisa ser encarada como “luta de classes”. Sobre a CUT, diz que, apesar da discordância na ideologia, há convergência no que é importante para os empregados e para a sociedade em geral.

Quanto à distribuição de resultados, determinada por Medida Provisória, a VCP, dentro do Projeto Repensar, estipulou critérios para avaliação também da contribuição individual. “Haverá um múltiplo de salário. Vamos premiar pessoas diferentes com contribuições diferentes.”

INDÚSTRIA DE VESTIMENTAS PRONTA PARA O DESAFIO DOS NOVOS INVESTIMENTOS

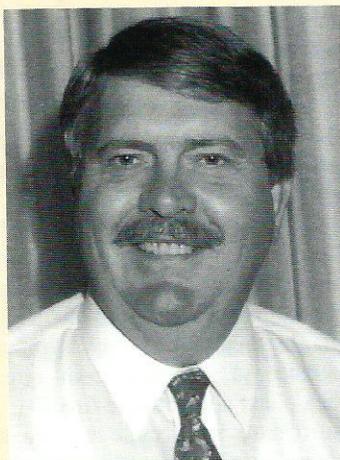
Um segmento que se caracteriza pela constante renovação tecnológica

Os produtores de vestimentas (telas — formadoras e secadoras — e feltros, produtos que influenciam diretamente a qualidade do papel) se dizem prontos para enfrentar o desafio dos próximos anos: o novo ciclo de investimentos do setor celulósico-papeleiro nacional que, até 2005, deverão somar US\$ 13,2 bilhões.

A Albany, por exemplo, tem como política, segundo o seu diretor Geral, Bertil Engh, “investir na capacidade de produção e em know-how em todos os países onde atua. No momento, está ampliando em cerca de 4.000m² a sua unidade de produção classe mundial de Indaial (SC), “para atender a esse esperado crescimento”. A Itelpa, de acordo com o seu gerente de Pesquisa e Desenvolvimento, Edson Francisco Santiago, “sempre se prepara com antecedência. Assim, podemos dizer que já estamos preparados para os investimentos que virão.”

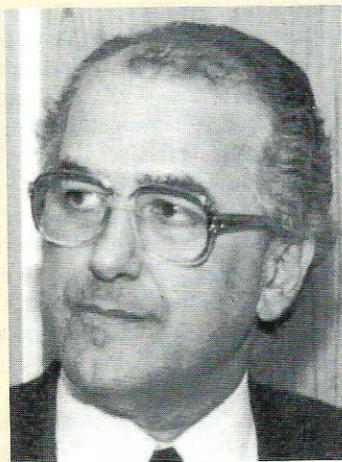
Com o objetivo de acompanhar esse novo ciclo, a Huyck Brasil (Grupo BTR), segundo seu presidente, Aurélio Paglia Sobrinho, “planeja investimentos significativos em novos desenvolvimentos técnicos, na ampliação e aperfeiçoamento da área industrial e na capacitação técnica do pessoal”.

A Nortelas, por sua vez, como diz seu diretor de Vendas, Eduardo



BERTIL ENGH

Investir na capacidade de produção e em know-how para atender ao crescimento esperado.



EDSON SANTIAGO

Preparando-se sempre com antecedência para os investimentos que virão.

Zuppi, acompanha de perto os investimentos do setor de celulose e papel. “Como resultado — diz — a empresa esteve sempre à frente das necessidades do setor”.

INVESTIMENTOS

Essas empresas — que, juntas, suprem entre 77% e 82% do consumo interno de seus produtos — fazem substanciais investimentos anuais para atender as necessidades do mercado. “A Albany — informa Engh — nos últimos cinco anos destinou investimentos principalmente à área de telas formadoras. No entanto, também instalamos uma moderna linha de fabricação de mantas, aumentando nossa capacidade de tecelagem em mais de 20% e investimos pesadamente na aquisição de modernos equipamentos de medição”.

De 1991 para cá, a Itelpa investiu perto de US\$ 10 milhões. “Nosso maior investimento, no entanto, — diz Edson Santiago — tem sido nos nossos colaboradores. E investimos, da mesma forma, na área de serviços, uma vez que vendemos um sistema’ que vigora 24 horas por dia por todo o ano”.

Nesse mesmo período, a Huyck, para atender as exigências das modernas máquinas de papel, dentro do programa *World Class Felt*, fez investimentos, equivalentes a um ano de faturamento da empresa, nas áreas de

preservação e conservação ambiental; de laboratórios; e industrial, em equipamentos para modernização, principalmente na linha de fabricação de telas. “O *World Class Felt* — explica Paglia — tem a finalidade de qualificar a Huyck como fornecedora mundial”.

Já os investimentos da Nortelas, de acordo com Zuppi, destinaram-se à adequação da capacidade produtiva, com incorporação de novos equipamentos e modernização dos já existentes; implantação do processo de Certificação da Qualidade pela norma ISO 9001; e criação de uma equipe de assistência técnica com profissionais especializados e Unidade Móvel dotada de equipamentos de medições de última geração.

TECNOLOGIA

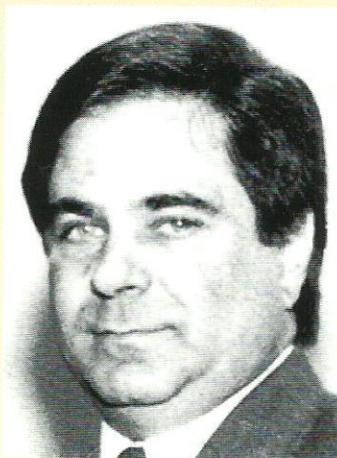
A indústria de vestimentas caracteriza-se pela constante renovação tecnológica, com atualização e lançamento de novos produtos. Essa renovação, no entanto, tem sua face, digamos, perversa para os fabricantes: é que os produtos passam a ter uma vida útil maior, resultando na diminuição do consumo... Tanto que, no ano passado, esse consumo foi equivalente ao de 1991. E esta é uma tendência deverá continuar, em menor escala, talvez, à medida em que as exigências na qualidade do papel tendem a aumentar.

Mesmo assim, o setor encara essa renovação como uma necessidade. A Albany, por exemplo, além de desenvolver, recentemente, a lona de transferência que leva a folha de papel através do passe aberto entre as seções de prensa e de secagem, tem lançado vários novos produtos, como a tela de laje tripla Megaflex, para a seção de formação; os feltros úmidos com emenda Seametch; e, ultimamente, o feltro úmido laminado Dynatex. A empresa está fabricando todas as suas telas secadoras



AURÉLIO PAGLIA

Desenvolvimento técnico, ampliação da área industrial e capacitação técnica do pessoal.



EDUARDO ZUPPI

A empresa esteve sempre à frente das necessidades do setor.

em cores, a fim de facilitar o controle óptico na seção de secagem, e substituindo telas metálicas por sintéticas.

Já a Itelpa, na área de formação de papel, destaca novidades como as telas multicamadas, com filamentos altamente resistentes; as telas destinadas aos papéis confeccionados pelo sistema de colagem alcalina; e as telas para *duoformers* de altíssima velocidade (superior a 1.200m/min). Na área de secagem, o destaque fica com as telas teflonadas de alta resistência à hidrólise, destinadas a posições especiais de secagem. Além desses produtos e dos aperfeiçoamentos na área fabril (teares de alta produtividade, termofixação de tecidos sintéticos garantindo reprodutibilidade via computador e robôs para confecção de costura), há o equipamento Thermo-Tracer, destinado à medição de temperaturas nas máquinas que utilizam as vestimentas produzidas pela empresa.

A Huyck, nos últimos anos, introduziu no mercado a tela formadora X-Weave e uma nova gama de feltros estratificados de múltiplas camadas para máquinas de alta performance, cuja estrela maior é o Ábsorber — especialmente projetado para aplicação nas “críticas posições de terceiras e quartas prensas”.

A Nortelas não fica atrás e lançou no mercado vários novos produtos como as telas secadoras Nort-Therm (resistente à hidrólise), Nort-Flon (teflonadas) e Extra Plana (com elevada superfície de densidade). E também as telas formadoras Triumph e Tristar (de tripla camada), Vantage (extrafinas, de alta densidade) e Decathlon e Trinort (anti-aderentes).

Para possibilitar essa renovação tecnológica constante, todas essas empresas mantêm programas de treinamento interno e externo (alguns até no exterior) destinados ao aperfeiçoamento da mão-de-obra de todos os níveis.

VCP ALCALINO.
PAPEL BRANCO ASSIM
TÃO BRANCO
VOCÊ NUNCA VIU.

Você nunca viu, mas agora vai ver.

Porque a Votorantim Celulose e Papel
lançou no Brasil um papel de última
geração: VCP Alcalino.

Um papel que, ao contrário dos papéis
ácidos que você conhece, é mais
sedoso. Mais encorpado. Mais resistente.

E muito, muito mais branco.

Tão branco como você nunca viu.

E o que é mais importante: um papel
que não sofre o desgaste do tempo
e nem fica amarelo.

Em outras palavras: o VCP Alcalino
tem muito mais qualidade.

Muito mais durabilidade. E, por incrível
que pareça, não custa mais.

Agora você já sabe: na hora de escolher
um papel, vai dar o maior branco.





JORNAIS CORREM ATRÁS DA IMPRESSÃO VELOZ

Folha e Estadão investem no aumento da capacidade de impressão e qualidade gráfica, apostando no sucesso do jornal em cores

Texto: Sílvia Pimentel



Brasil consumiu, em 1995, aproximadamente 620 mil toneladas de papel de imprensa, registrando um aumento de 10,5% em comparação ao ano anterior, segundo balanço da ANJ - Associação Nacional de Jornais. Do total, quase 40% foram absorvidos por dois importantes jornais diários: Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo.

Com uma tiragem de 1,2 milhão de exemplares aos domingos e cerca de 600 mil de segunda a sábado, a Folha, incluindo os seus cadernos regionais, consome em torno de 10 mil toneladas/mês de papel. Somadas às edições da Folha da Tarde, Notícias Populares e Alô Negócios, de Curitiba, jornais também editados pela empresa Folha da Manhã S.A, o total de papel consumido gira em

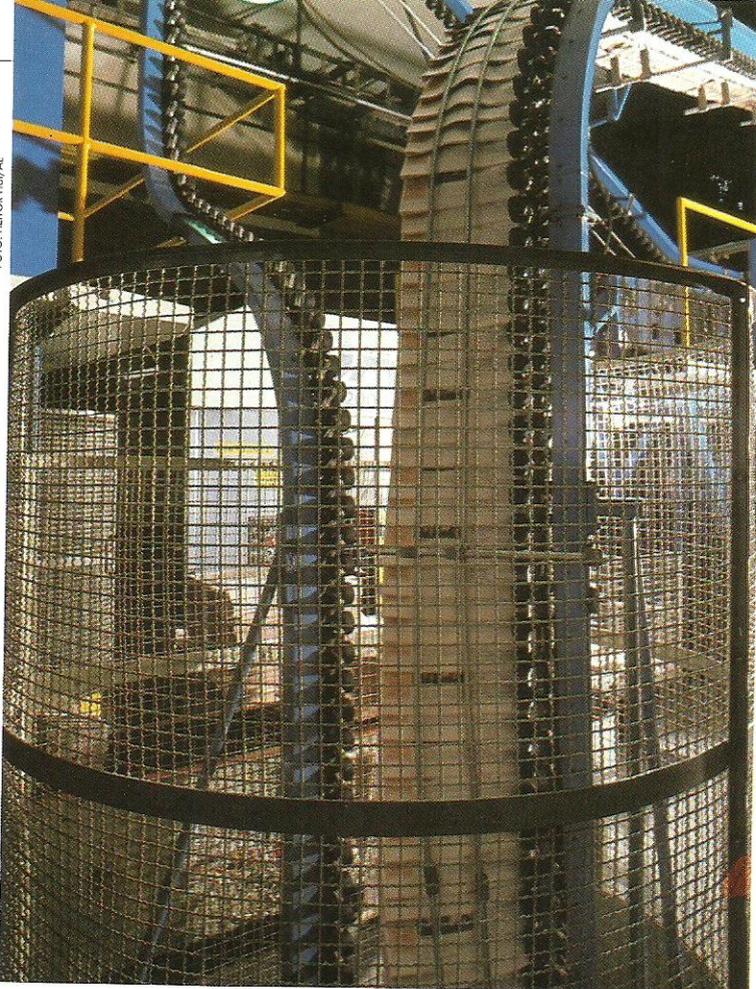
torno de 11 mil toneladas/mês. "Fechamos 1995 com um consumo de aproximadamente 132 mil toneladas", revela o diretor industrial da Folha, Adalberto Antônio Fernandes.

Os números revelados pelo diretor industrial do Estadão, Jorge Campari Lacrete, são: aos domingos, o jornal tem uma tiragem de aproximadamente 650 mil exemplares e em algumas edições é distribuído com mais de 300 páginas. De segunda a sexta, a circulação gira em torno de 400 mil cópias. Acrescentando as edições do Jornal da Tarde, que também é editado pelo Grupo Estado, o consumo de papel chega a 10 mil toneladas/mês.

Atentos à questão da melhoria da qualidade e do crescimento da circula-

ção, os dois diários paulistanos iniciam o ano de 1996 com investimentos para aumentar a capacidade de impressão e melhorar o aspecto gráfico de seus produtos. A Folha de S. Paulo está investindo US\$ 120 milhões, dos quais US\$ 80 milhões já foram gastos, num novo parque industrial, o Centro Tecnológico Gráfico, localizado em Tamboré, na Grande São Paulo. "As novas rotativas aumentam 41,6% a capacidade de impressão", ressaltava Fernandes, acrescentando que o jornal deverá utilizar cores em todas as páginas a partir deste ano.

Também valorizando a impressão em cores, o Estadão está comprando por US\$ 32 milhões, incluindo a montagem, um conjunto de novas rotativas (Newliner), que permitirá melhorar a



Esteira rolante finaliza o processo de produção do jornal "Estadão."

qualidade de impressão e aumentar o número de páginas coloridas. Com as seis novas torres de impressão, será possível imprimir simultaneamente até 48 páginas coloridas. "Cada unidade da máquina é capaz de fazer 8 páginas do jornal," complementa o diretor industrial do Estadão, Jorge Lacreta.

No mercado interno, a Klabin é a principal fornecedora da Folha, com 60% do volume de papel que o jornal consome. O restante é importado através de contratos anuais com fornecedores do Canadá, Estados Unidos e Rússia. "Temos realizado um trabalho com bons resultados junto ao nosso tradicional parceiro (Klabin) com relação à qualidade do papel e buscamos apoio junto ao Instituto de Pesquisas Tecnológicas da USP", acrescenta Fernandes. Na sua visão, o setor papelero no Brasil tem se preocupado muito com a questão da qualidade do papel de imprensa nos últimos anos. No entanto, acredita que as propriedades físicas e óticas do papel,

COMO VAI FUNCIONAR A GRÁFICA DA FOLHA

Localizado a 35 Km da região central, em Tamboré, o Centro Tecnológico Gráfico da Folha de São Paulo possui 78 mil metros de área construída e vai permitir a impressão de 48 páginas com cores em todas elas. Até então, a Folha conseguia imprimir quatro páginas coloridas num jornal de 40 páginas.

As rotativas que vão permitir o salto para a cor total foram fabricadas na Alemanha pela Man Roland. Modelos similares são usados pelos jornais "USA Today" (Estados Unidos), "Corriere della Sera" (Itália) e "Axel Springer" (Alemanha). Em dezembro foi inaugurada a primeira rotativa, chamada Mediaman. Até junho, outras três máquinas estarão em funcionamento.

As rotativas que permitirão o aumento da capacidade de impressão formam 24 torres de 15,10 metros de altura e todo o processo de impressão é controlado por computadores — desde o momento em que é gravada a chapa que será usada na impressão ao empacotamento automático dos exemplares.

Elaboradas em computador, as pági-



A rotativa Mediaman, da Folha, que permite usar cor em todas as páginas

nas são transmitidas por microondas para a antena do SBT, no Sumaré, que as retransmite para o Centro Tecnológico Gráfico. O processo de transmissão será feito por doze computadores — seis na

redação e seis no Centro Tecnológico Gráfico. Enquanto a página é transformada em chapa, tintas de doze tanques, com 18 mil quilos cada, são conduzidas em tubulações até as impressoras.

seja nacional ou importado, têm muito a evoluir. “Queremos melhorias contínuas, pois o papel é a nossa principal matéria-prima e estamos caminhando para um jornal-revista”, prognostica.

“A nossa preocupação é manter uma boa parceria com os nossos fornecedores. Mesmo nas épocas ruins para o fabricante e boas para o comprador, procuramos manter uma certa cota com os nossos fornecedores”, conta Lacreta, do Estadão. Segundo ele, no ano passado, do volume total de papel consumido, entre 15% e 20% foram comprados da Pisa, da qual o Grupo Estado é acionista. O restante foi importado do Canadá, Finlândia, Chile e África do Sul.

O diretor industrial do Estadão ressalta que entre as preocupações para um produto final de melhor qualidade estão a performance do papel e a qualidade de impressão. “Essas são as especificações que exigimos e cobramos de nossos fornecedores”, complementa.

Por oferecer uma melhor qualidade de impressão do que outros papéis, inclusive os canadenses, o papel da Pisa é normalmente usado para impressão da capa do Estadão. Já os canadenses, segundo Lacreta, oferecem melhor rigidez mecânica. “Na parte interna do jornal, onde é exigido maior resistência do papel, geralmente utilizamos os papéis fabricados no Canadá”, explica.

As compras de papel, no Estadão, obedecem a um rigoroso planejamento operacional, que é feito com todos os seus fornecedores. Em parte, foi graças a esse planejamento que a falta de papel no mercado interno e externo, ocorrida no ano passado, não afetou o Estadão nas mesmas proporções que atingiu a maioria dos jornais brasileiros. Lacreta admite que o nível de estoque, na época, ficou muito abaixo (5 dias) dos padrões internacionais (42 ou 43 dias), mas não foi necessário diminuir a tiragem ou o espaço redacional. “Chegamos até a empregar papel para outros jornais”, lembra.

Já a Folha, que na época alcançava uma tiragem de mais de 1,5 milhão de exemplares aos domingos, foi obrigada a “apertar” o espaço do jornal em várias edições. “Realmente foi um momento

muito difícil, não só para a Folha, mas para a imprensa como um todo”, lembra Adalberto Fernandes, acrescentando que esta crise acabou levando os jornais do mundo inteiro a repensar as suas políticas internas.

Explosão do consumo

Segundo Fernandes, dois projetos desenvolvidos pelo jornal nos últimos dois anos levaram a um aumento expressivo no consumo de papel de imprensa. Um deles foi o lançamento do “Folhão”, em 1994, classificados de oportunidades de imóveis e empregos. O segundo foi no ano passado, com o lançamento do fascículo Atlas Geográfico Mundial, que elevou a tiragem do jornal aos domingos para 1,5 milhão de cópias, produção que se manteve por alguns meses. “Isso trouxe também um aumento expressivo da carteira de assinantes”, ressalta.

O Estadão também experimentou um aumento razoável de circulação aos domingos por conta do lançamento dos fascículos da National Geographic Society, no ano passado, e da promoção que levou o nome de Monte Carlo, um jogo com vários sorteios de televisores, apartamentos etc., realizada em 1994. “Tivemos crescimento no consumo, mas o resíduo é muito pequeno. Quando acaba a promoção, volta-se aos patamares normais de produção. Na minha opinião, ganha-se assinaturas por outra razão”, defende Lacreta, acrescentando que o Estadão cresceu principalmente

na Grande São Paulo e interior do Estado, mas muito mais devido às promoções no preço de assinaturas, qualidade do produto e conteúdo.

Futuro dos jornais

Os desafios para a mídia impressa vêm desde o advento do rádio e, mais tarde, quando surgiu a televisão. Atualmente, o futuro dos jornais diante da globalização da informação e do surgimento de novas mídias se transformou em um dos assuntos mais debatidos pelas empresas jornalísticas.

Na opinião de Jorge Lacreta, do Estadão, a mídia impressa vai sobreviver, mas para competir, terá que se adequar à nova realidade. “Os jornais deverão ser mais investigativos”, aposta. No Brasil, especialmente, ele acredita que a circulação de jornais tende até a aumentar, com um incremento do número de leitores que hoje não têm muito acesso aos jornais. “A continuidade do projeto de educação do governo somada ao aumento do poder aquisitivo das classes B e C deverão incrementar a circulação de jornais”, conclui.

Adalberto Fernandes, da Folha, também acredita que o jornal impresso terá vida longa. “Praticamente todos os grandes jornais realizaram no ano passado investimentos maciços em novas rotativas”, justifica. Segundo ele, há espaço para as mídias alternativas e o jornal vai conviver muito bem com a Internet, da qual ninguém poderá ficar fora.

OS 10 MAIORES JORNAIS BRASILEIROS

(Tiragem média diária)

		DOMINGO	2ª FEIRA	3ª/SAB
1	Folha de São Paulo (SP)	1.281.311	480.913	480.424
2	O Globo (RJ)	925.957	349.359	345.359
3	O Estado de S Paulo (SP)	606.671	359.909	355.291
4	O Dia (RJ)	515.877	261.866	286.039
5	Correio do Povo (RS)	214.332	214.332	214.332
6	Zero Hora (RS)	243.760	186.264	144.088
7	Diário Popular (SP)	164.080	152.844	144.314
8	Jornal do Brasil (RJ)	147.098	99.218	112.655
9	Folha da Tarde (SP)	70.000	200.000	96.000
10	A Gazeta Esportiva (SP)	90.000	125.000	85.000

Fonte: Revista Imprensa

BNDES FAZ WORKSHOP SOBRE QUALIDADE DE EMPREGO

Aproximadamente 60 pessoas, entre diretores da área financeira e de recursos humanos, além de gerentes de indústrias de papel e celulose, participaram do workshop promovido pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e ANFPC com o tema "Qualidade de Emprego", na sede da Associação, em São Paulo.

No encontro foram apresentados os resultados obtidos com os três casos-piloto envolvendo a Bahia Sul, a Ripasa e a Transurbes Agró Florestal, do grupo Suzano, de um novo produto lançado pelo banco. O BNDES, dentro do Programa de Melhoria da Qualidade de Emprego e Qualificação do Trabalhador, oferece incentivos na taxa de juros de empréstimos tomados ao banco por empresas que apresentem e implantem projetos ligados à melhoria das condições de trabalho de seus funcionários diretos ou de terceiros prestadores de serviços.

Este ano, a partir dessas primeiras experiências, consideradas positivas pelos representantes do banco, o produto deverá ser estendido a outros ramos de atividade econômica, mas com aplicação somente para novos empréstimos.

A chefe de Relações Sociais e Comunicação da Bahia Sul, Ana Cristina Cardoso, contou a experiência na aplicação de dois projetos, dentro do tema "Qualidade de Vida - Diferencial para a Competitividade". O primeiro se referiu à infra-estrutura social, em andamento desde 1990, e o segundo, que conta com apoio do BNDES, chamado Programa de Qualidade de Vida. "A sua principal característica é desvincular-se da ação assistencial, buscando capacitar colaboradores próprios e terceiros, bem como seus familiares", relatou a palestrante. "Com ele o trabalhador percebe que existe uma preocupação social da empresa e os resultados são surpreendentes."

Os outros palestrantes foram o diretor administrativo da Ripasa, Mauro Neto, que falou sobre o tema "Programa de Qualidade: A Vida do Trabalhador Rural", e o gerente de planejamento econômico e financeiro da Transurbes, José Aníbal Roberto Costa, sobre "Uma Função Social do Capital na Melhoria da Qualidade de Vida do Trabalhador".

Ao final das palestras, houve um debate mediado pelo chefe do departamento operacional 1 do BNDES, Milton Teixeira Dias. O vice-presidente do Codefat (Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador), do BNDES, Pio Borges, esteve à frente da delegação que também compareceu à Associação.

Além de ações sociais, o programa do BNDES contempla ações educacionais, desde que ligadas ao ensino formal, como o Telecurso 2000, realizado pela Fiesp, em conjunto com a Fundação Roberto Marinho.

Com Inversores Allen-Bradley o que varia é a velocidade, não os custos.



Para quem busca controle preciso e variações de velocidade de motores elétricos, partidas e paradas suaves, rampas de aceleração adequadas ao seu processo, maior vida útil para motores e equipamentos, além de economia de energia, a Allen-Bradley oferece uma das mais completas linhas de inversores de frequência. Com alto desempenho, flexibilidade e simplicidade de

operação, os Inversores de Frequência 1336 Plus, por exemplo, atendem a faixa de 0,5cv até 600cv. Possuem parâmetros programáveis; autodiagnóstico e comunicação inteligente.

Já os Microinversores 1305 são uma alternativa compacta e eficaz destinada a aplicações até 5cv. Consulte a A-B e conheça outras vantagens.

Tel.: (011) 874-8800

Luiz Vieira de Carvalho Mesquita

SÓ FAZ BEM FEITO, QUEM FAZ O QUE GOSTA

Texto: Ana Lúcia Ventrorm

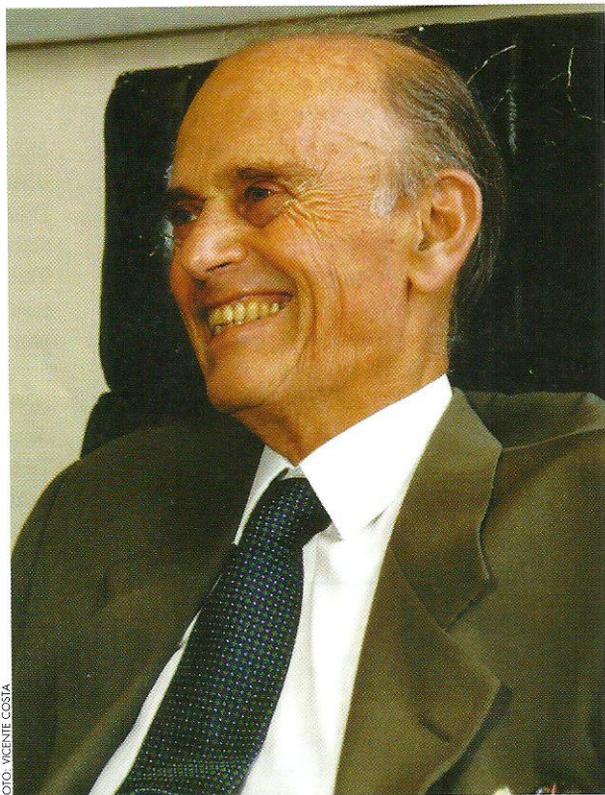


FOTO: WENIE COSTA

Luiz Vieira de Carvalho Mesquita, presidente dos Conselhos de Administração da Pisa-Papel de Imprensa, do jornal O Estado de São Paulo, da Paranaprint e do Conselho Consultivo da OESP Gráfica, mantém-se muito ativo. Aos 74 anos ele acredita que pertencer a conselho é apenas uma fase intermediária entre o trabalho de um executivo e a aposentadoria. Averso à política e amante da leitura e da boa música, é também apaixonado por cavalos. Hobby que o faz andar na contramão dos criadores tradicionais. “Eu crio cavalos, os coloco para correr e só depois os vendo. E a pior combinação é essa.”

Da infância, Mesquita recorda a Revolução Constitucionalista e o processo de redemocratização do país como os períodos mais marcantes e difíceis da sua vida: “A polícia chegava, entrava e levava o meu pai”. Já em 1947, recém formado engenheiro pela Politécnica, recebeu o convite do tio,

Júlio Mesquita Filho, para auxiliar na construção das novas instalações do jornal, mas foi a implantação de uma fábrica de papel de imprensa o motivo que

realmente o convenceu a entrar para as empresas da família. Do plantio à maturação das florestas e instalação da fábrica passaram-se muitos anos, o projeto foi adiado, modificado e esbarrou em movimentos ecológicos. Em 1984, a Pisa, sob a presidência de Mesquita, produziu a primeira bobina de papel. Hoje, com orgulho, ele relembra a constituição da empresa, cita fatos curiosos sobre as dificuldades do jornal para importar papel durante a Segunda Guerra e fala sobre a reestruturação da Sociedade de Cultura Artística, da qual é presidente. Do alto de sua experiência, que o permitiu vivenciar a popularização do rádio e da televisão como meios de comunicação, Mesquita acredita que, apesar do avanço da informatização o jornal impresso continuará a ter seu nicho próprio. Tanto que é otimista quanto aos investimentos da indústria de papel de imprensa para incrementar a produção nacional.

Celulose & Papel - O sr. foi o idealizador da Pisa. Como isso aconteceu?

Luiz Vieira de Carvalho Mesquita - Essa história começou em 1947 quando acabava de me formar engenheiro pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Na época, o Júlio Mesquita Filho, um dos diretores de “O Estado de S. Paulo”, sabendo que eu estava à procura de emprego, fez um convite para que eu viesse trabalhar no jornal. Ele precisava de um engenheiro para ajudá-lo a tocar um projeto de grande porte, que era a construção de um prédio na rua Major Quedinho, para abrigar a sede e oficina do jornal e onde fica hoje o Hotel Jaraguá. A construção era enorme para a época e as máquinas de impressão, revolucionárias.

C&P - O convite foi aceito?

Mesquita - Apesar do meu interesse, expliquei ao meu tio que o projeto demandaria um período curto e, tão logo finalizado, teria de recomeçar minha carreira como engenheiro. No entanto, ele me disse dos seus planos de construção de uma fábrica de papel jornal assim que terminasse aquela construção.

C&P - Foi, dessa maneira, que ele conseguiu convencê-lo?

Mesquita - Foi. Eu perguntei por que eles queriam uma fábrica de papel de imprensa e ele respondeu que queria preservar o abastecimento de papel jornal. Na ocasião, o Brasil ainda não era uma democracia consolidada e queria-se evitar o risco de o governo, em qualquer momento, res-

tringir a importação de papel. Além disso, estávamos marcados por nossa experiência com a guerra. As importações que eram provenientes da Suécia, países escandinavos e Canadá tinham de ser transportadas por mar com risco de não chegar por conta da guerra.

C&P - O papel de imprensa era todo importado?

Mesquita - Quase totalmente. Uma parte era atendida pela Klabin, mas não era o suficiente.

C&P - O risco de ficar sem papel não era grande durante a guerra?

Mesquita - Era, e para evitar riscos, nós chegamos ao ponto de embarcar o papel para “O Estado” em navios que iam para o Uruguai, que era um país neutro. E depois transportávamos

de caminhão para o Brasil. Com as estradas daquele tempo, o papel chegava aqui em condições precárias.

C&P - E quando começou a construção da fábrica?

Mesquita - Quase quinze anos após o início da construção do novo prédio do jornal, meu tio me chamou para começar o estudo de implantação de uma fábrica que deveria produzir, na época, 30 mil toneladas de papel por ano, baseada em eucalipto. Isso foi por volta de 1960. O projeto chegou a ser aprovado pelas autoridades brasileiras, a inflação começou a dar sinais de crescimento, e a direção do jornal acabou por adiar a instalação da fábrica.

C&P - Então, quando surgiu o momento mais oportuno?

Mesquita - A retomada do projeto ocorreu quando o governo brasileiro passou a conceder incentivos fiscais para o plantio de florestas. Então, eu vislumbrei uma possibilidade de retomar o negócio com uma base mais sólida e me empenhei nesse trabalho. Encontrei o Plantar, um grupo de reflorestadores, e demos início ao plantio de florestas visando à construção de uma indústria de papel de imprensa ou de celulose. Eles queriam celulose por ser mais rentável e eu, por motivos óbvios, queria uma fábrica de papel de imprensa. O grupo Plantar optou pela fábrica de celulose tão logo as florestas maturaram.

C&P - Quando foi isso?

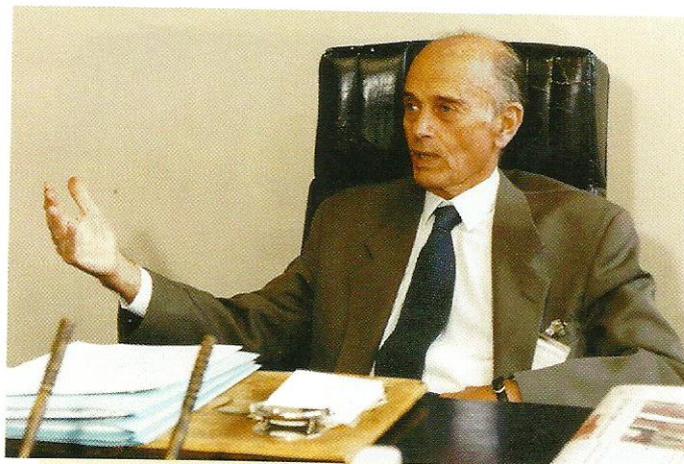
Mesquita - Foi na década de 70. Outro fato curioso é que, quando eu já estava com o projeto todo equacionado, com previsão de que a indústria fosse instalada em Itapetininga, no interior de São Paulo, surgiu um movimento contra a implantação da fábrica de celulose, alegando que seria poluente. Parece que foi um movimento de base popular, de ecologistas, nunca ficou bem claro.

C&P - Esse acontecimento atrapalhou os planos?

Mesquita - Sim, modificou completamente. Uma parte da Plantar decidiu insistir na implantação da fábrica de celulose e a outra resolveu continuar a produção florestal com o objetivo de instalar a fábrica de papel de imprensa. Como não havia mais terras em São Paulo começamos a plantar no Paraná. Foi assim que iniciou-se o projeto da Pisa. A instalação durou três anos e a fábrica fez 11 anos em dezembro.

C&P - E como foi que o sr. deixou a área executiva?

Mesquita - Eu fui presidente da Pisa por algum tempo. Depois, visando reforçar a empresa financeira e tecnologicamente, nos associamos a um grupo holandês. A partir daí, passei a ser



“Para ser político é preciso ser muito flexível e engolir muitos sapos”

presidente do Conselho e deixei de ter um cargo na executiva. Com estas mudanças, que aconteceram há uns seis anos, nós profissionalizamos completamente a área executiva da Pisa.

C&P - Com a sua experiência no jornal e na indústria de papel, o sr. acredita num grande salto na demanda do papel de imprensa com uma estabilização econômica?

Mesquita - Não há dúvida de que sim. Inclusive, a nossa experiência é que o consumo de papel de imprensa cresce mais que o PIB (Produto Interno Bruto). Se o PIB cresce 3%, o consumo de papel cresce 3,5%, talvez 4%. E inversamente, se o PIB cai 3%, o consumo de papel 4%. Agora, tem uma nova incógnita a ser decifrada que é a concorrência iniciada e que certamente vai se acirrar no futuro: os jornais, com a receita atual, vão sobreviver nesse mundo eletrônico ou não?

C&P - Qual é a sua opinião a esse respeito?

Mesquita - Eu pessoalmente sou otimista quanto ao futuro do jornal em papel como meio de comunicação. O jornal enfrentou a concorrência do rádio e da televisão, conseguiu se adaptar e crescer.

C&P - Esse cenário poderá abrir oportunidades para investimentos no segmento de papel imprensa no Brasil?

Mesquita - O Brasil tem todas as condições para ser um dos países líderes na produção de papel de imprensa. Haja visto a grande população e o baixo consumo de papel de imprensa per capita, mesmo em termos latino-americanos. A Argentina, a Venezuela e até o Uruguai consomem mais. A recuperação econômica do Brasil repercutirá no nível de educação do povo e aumentará o número de pessoas capazes de ler o jornal.

C&P - Já que o analfabetismo, entre outros fatores, inibe o consumo de papel, não seria

interessante mais empenho do próprio setor para equacionar este problema, ou dar uma força...

Mesquita - Dar uma força certamente, resolver o problema não teria condições. Só o governo de um país poderia resolver um problema dessa magnitude. Sobretudo num país como o Brasil, que tem extensão geográfica fabulosa, com diversas características em cada região. Agora, a indústria papelreira contribuirá com tudo que for necessário, é de seu próprio interesse e uma questão de sobrevivência.

C&P - O que o fez optar pela profissão de engenheiro?

Mesquita - Desde criança queria ser engenheiro. Também não sabia porque, já que eu não era bom aluno em matemática. Assim mesmo eu gostava de construir coisas.

C&P - Nunca se interessou por política? A Politécnic tem fama de formar grandes políticos.

Mesquita - Pessoalmente não gosto de política. Mesmo na Politécnic sempre havia política para ver quem seria presidente de Grêmio, essas coisas assim, mas nunca fui candidato a nada. Acredito que para ser político é preciso ser muito flexível e engolir muitos sapos. Eu não dou para isso.

C&P - Quanto ao sindicalismo, como o sr. acha que está o Brasil?

Mesquita - Eu sempre tive um contato muito próximo aos sindicatos. Quando entrei no “Estado” era eu quem negociava com os representantes dos gráficos. Acho que os sindicatos têm uma função primordial num país democrático, mas o sindicalismo hoje em dia está longe de ser o que deveria. Ao mesmo tempo, está vinte vezes melhor do que era quando eu comecei a trabalhar.

C&P - E como acredita que deveria ser?

Mesquita - Eu acho que os sindicatos deveriam pensar mais nos trabalhadores. Os principais líderes sindicais estão mais preocupados com o seu futuro político do que com o dos sindicalizados, por isso, tomam posições que nem sempre são as que melhor atendem aos interesses dos trabalhadores.

C&P - À frente do Conselho de várias empresas o sr. ainda tem tempo para algum hobby?

Mesquita - Pertencer a Conselho como atividade é muito pouco. Eu acho que é um meio termo entre a aposentaria e o trabalho do ponto de vista de um executivo. Um pretexto para sair de casa todos os dias. Estou sempre a par das atividades, dos acontecimentos. Agora, não sei se posso chamar como um hobby, mas eu tenho uma participação grande na Sociedade de Cultura Artística.

C&P - E como surgiu essa ligação com o teatro?

Mesquita - Também foi por acaso. A Sociedade de Cultura Artística sempre foi muita ligada ao "O Estado de S. Paulo". Foi fundada em 1912, eu nem era nascido. Naquela época, São Paulo era uma cidade muito pequena e não havia rádio, não havia televisão, não havia nada. Mas um grupo de pessoas se reunia toda noite na redação do jornal para saber as notícias do dia e discutir o que poderia ser feito para dinamizar a vida intelectual da cidade. Então, surgiu a idéia da criação da Sociedade de Cultura Artística.

C&P - E quando o sr. entra na história?

Mesquita - Muitos anos depois, por volta da década de 50, a Sociedade de Cultura tinha seu auditório na rua Nestor Pestana e teve problemas financeiros ...e a solução encontrada na época foi alugar para um grupo de TV, o Simonsen, que para dotar o auditório às suas necessidades, o destruiu completamente. Só que a TV faliu e nos devolveu o auditório completamente danificado. A Cultura não tinha recurso algum para repor. Foi convidado o Dr. Dácio Moraes, um empresário conceituado, para assumir a direção do teatro e recuperá-lo. Nessa época, me convidaram para ajudar-lo nesse trabalho de reestruturação.

Foi um trabalho que levou anos mas que resultou, com apoio da sociedade paulista, na completa recuperação do auditório em que até hoje a Cultura exerce suas atividades.

C&P - O sr. aprecia música ?

Mesquita - Sim gosto muito de música. Não sou um *expert*, mas aprecio muito.

C&P - Qual é o tipo de música de sua preferência?

Mesquita - Não sou um fã só de música clássica. Qualquer música que seja boa, eu gosto.

C&P - E quanto à leitura? Tem preferência por literatura ou lê também livros teóricos de administração?

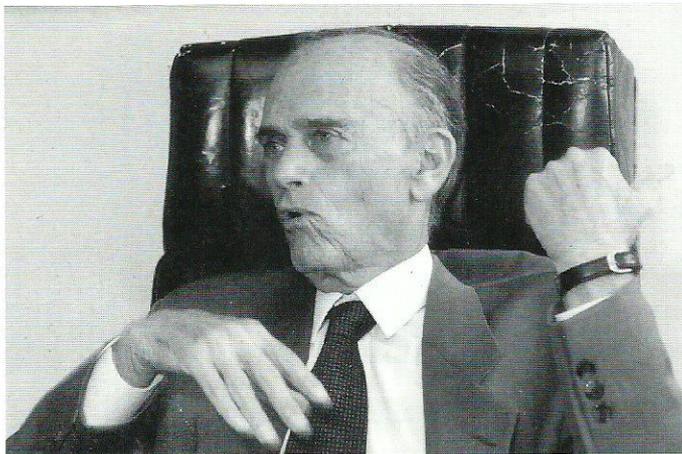
Mesquita - Ah, eu gosto muito de ler. Também sou absolutamente eclético em leitura. Não sou capaz de dormir sem antes ler nem que seja uma página.

C&P - Que livro o sr. está lendo atualmente?

Mesquita - Estou lendo "Garrincha, estrela solitária". Anterior a esse li "O Barão de Mauá". Acho que foi muito bem feito, inclusive, aprendi muitas coisas sobre a história do Brasil lendo este livro.

C&P - O sr. gosta de futebol, torce para algum time?

Mesquita - Sim, gosto muito. Torço para o São Paulo. O futebol deu-me algumas emo-



"O líderes sindicais estão mais preocupados com o seu futuro político"

ções como a vitória do Brasil que assisti na Suécia em 58.

C&P - Gosta de assistir a jogos em estádios?

Mesquita - Eu gostava muito, mas de uns três ou quatro anos, do jeito que estão os estádios, eu não vou mais, acompanho pela televisão.

C&P - O sr. gosta de esportes, de se exercitar, não?

Mesquita - Sim, sempre fui muito esportista, desde criança. Eu praticava sobretudo futebol e vôlei. Atualmente caminho 40 minutos todas as manhãs.

C&P - E sua paixão pelos cavalos?

Mesquita -Esse é realmente meu hobby, cavalos de corrida. Crio cavalos há 45 anos.

C&P - Poderia me falar mais sobre cavalos?

Mesquita - Bom, esse é um hobby que eu procuro tornar o menos caro possível. Na fazenda da família tem uma área reservada para o haras, onde eu mantenho oito ou nove éguas de cria. E os produtos que nascem eu não vendo, eu trago para São Paulo para correr. Só depois os vendo. Tem gente que cria e vende para alguém correr, e tem outros que compram o cavalo para correr.

C&P - O sr. faz ao contrário?

Mesquita - E a pior combinação é essa: criar e correr. Mas se tivesse de optar entre criar ou correr eu optaria por criar, eu gosto de acompanhar as crias até estarem preparadas para as corridas.

C&P - Seus cavalos têm ganhado?

Mesquita - Às vezes tem um que se distrai e ganha, não?

C&P - E quanto à sua família?

Mesquita - Eu sou casado duas vezes. No primeiro casamento, tive quatro filhos e depois que me tornei viúvo, casei-me pela segunda vez.

C&P - Seus filhos trabalham no jornal? Mesquita - Os dois homens trabalham e uma das mulheres trabalhou também. A quarta é psicóloga.

C&P - Algum deles trabalha na Pisa?

Mesquita - Um dos meus filhos é presidente da Paranaprint, que é a companhia holding da Pisa.

C&P - E sua esposa ?

Mesquita - Ela é uma pessoa extremamente sociável, alegre, falante, muito diferente de mim neste aspecto. É uma companhia muito agradável.

C&P - E quanto aos passeios. Gosta de viajar?

Mesquita - Durante muitos anos eu adorava viajar. Hoje é mais difícil. No entanto minha mulher adora eu

acabo acompanhando-a e gostando.

C&P - Que lugar indicaria?

Mesquita - Eu sempre gostei muito de Paris. Antes de fazer a primeira viagem - quando eu era moço não era fácil viajar, estava começando o avião - o meu sonho era conhecer Paris. Depois fiquei conhecendo muito bem. É provavelmente a cidade mais bonita do mundo e na qual eu não me sentia estrangeiro.

C&P - O sr. poderia descrever uma situação ou algo que foi muito marcante em sua vida?

Mesquita - Em 1932 houve a revolução constitucionalista, eu tinha onze anos, era menino. Meu pai estava participando e nós tínhamos muito medo que ele fosse morto em combate. Na metade da revolução ele foi preso, mandado para a Ilha Grande e depois exilado em Portugal. Aí foi uma maravilha. Na volta, vivemos um período difícil com o processo de redemocratização do Brasil. Meu pai chegou a ser preso seis ou oito vezes. A polícia chegava em casa, entrava e o levava. O jornal foi fechado e ele teve de recomeçar. Foi um período marcante.

C&P - Qual o conselho que daria para as gerações futuras?

Mesquita - Com a dificuldade que vejo em me comunicar com os meus filhos, eu acho que seria muita pretensão tentar dar conselhos para os jovens, nós vivemos em mundos completamente diferentes. Mas tem duas coisas que não hesitaria em aconselhar. Uma é fazer o que você gosta, para fazer bem feito. A outra, é um conselho que meu pai me deu quando estava começando a minha vida profissional e com a qual eu sempre me dei bem. Ele disse: "Meu filho, nem que seja por esperteza, seja sempre honesto". Esses conselhos eu acho válidos em qualquer circunstância.

Cortadeira de Tubos

Sistemas de Transporte
Armazenamento e Pesagem
de Bobinas

Controlador de Vácuo

Elevadores/
Monta Carga



Introdutor/
Extrator
Estanga

Metal Tips

Sistema Automático de
Contagem e Marcação
de Folhas



A diferença entre a ALTRON e seus concorrentes é que ela fornece soluções, e não só produtos.

A ALTRON está presente em 19 países, fabricando / representando a mais avançada tecnologia **em Transporte, Manuseio, Estocagem e Embalagem** para o segmento de celulose e papel no mundo.

Soluções que vão de encontro as metas de **qualidade e produtividade**, com segurança e preservação do seu produto, que são pré-requisitos indispensáveis neste segmento. Com uma equipe técnica e comercial presentes no Brasil, **a ALTRON** está capacitada a encontrar as mais eficientes **soluções em automação e instrumentação** (controle vácuo mesa plana). Tudo isso amparado pela **Assistência Técnica Altron**, um completo serviço de manutenção preventiva e corretiva, com estoque de reposição e plantão 24 horas.

Para ter acesso a toda essa tecnologia é super simples.

Ligue para nós : (011) 524.4600

INDÚSTRIA BATE RECORDES E INVESTE NO CRESCIMENTO

Forte recuperação dos preços internacionais determinou elevação do faturamento. Receita de exportações subiu, embora os volumes tenham sido menores que no exercício passado

O ano de 1995 entrará para a história do setor como um período de novos recordes e marco inicial de um grande ciclo de investimentos que visa a dobrar a capacidade produtiva de celulose e papel em uma década. Os recordes começam com os números do faturamento global, que atingiu a cifra estimada de US\$ 8,7 bilhões, 46,38% maior que no exercício anterior, segundo dados preliminares divulgados pela Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose - ANFPC.

O desempenho financeiro excepcional foi atribuído à forte recuperação dos preços internacionais, tanto da celulose quanto do papel. A alta nas cotações externas acabou realinhando também o nível de preços no mercado interno.

A elevação do faturamento permitiu que o setor aumentasse sua participação no Produto Industrial para quase 4% e no PIB para 1,5%. A indústria pagou US\$ 1,1 bilhão em impostos diretos.

Exportações

Na frente externa, embora os volumes de venda tenham registrado involução, a receita deu um salto, gerando US\$ 2,8 bilhões em divisas, quantia 58,6% superior à de 1994.

Foram exportadas 1,5 milhão de toneladas de papel e 1,9 milhão de toneladas de celulose, registrando, respectivamente, quedas de 3,5% e 6,8%.

Importações

A balança comercial do setor mostra que, em contrapartida, o país comprou 470 mil toneladas de papel e 140 mil

toneladas de celulose, principalmente de fibra longa branqueada, com um gasto total de US\$ 667 milhões, 51,6% maior que em 1994.

Produção

No ano passado, a produção bateu novo recorde. O total de papel cravou a marca das 5,9 milhões de toneladas, exibindo um crescimento de 5,2% sobre o período anterior. O volume de celulose e pastas atingiu 6 milhões de toneladas, com elevação de 3,1%. Ao longo da última década, a taxa de crescimento médio anual foi de 4% para papel e 5% para celulose.

Os papéis para embalagem e de imprimir/escrever participaram com 43% e 32%, respectivamente, da produção nacional. A celulose branqueada de eucalipto contribuiu com 69% do total de matéria-prima produzida.

O nível de utilização da capacidade

instalada fixou-se em 87% para papel e 90% para celulose.

Consumo interno

O consumo interno, constituído pelas vendas domésticas e consumo próprio das empresas, absorveu nada menos que 77% da produção nacional de papel e 63% da de celulose, sendo o restante destinado ao mercado externo. O consumo nacional de papel cresceu 7,3%, atingindo o volume de 4,9 milhões de toneladas. O consumo per capita registrou pequena elevação, passando para 31,7 kg contra os 30 kg anteriores.

Reciclagem

Dados preliminares indicam que a indústria papelreira reciclou cerca de 1,8 milhão de toneladas de aparas e produziu, aproximadamente, 1,6 mi-

PRODUÇÃO TOTAL EM TONELADAS

ANO	PAR	CELULOSE	PAPEL
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	460742	5010188	5301040
1994	452599	5376271	5653597
1995*	465767	5471528	5884664

* Dados Preliminares FONTE:ANFPC

lhão de toneladas de reciclados, o equivalente a 26% da produção brasileira.

Estrutura

Em 1995, o setor compreendeu 220 empresas que operaram 252 unidades industriais, localizadas em 16 estados brasileiros. Utilizando exclusivamente madeiras provenientes de florestas plantadas, essas indústrias contam atualmente com 1,452 milhão de hectares de reflorestamentos próprios, principalmente pinus (36%) e eucalipto (61%).

Nível de Integração

Segundo estatísticas da ANFPC, que trabalha com dados colhidos junto a 208 empresas responsáveis por 98% da produção nacional, são os seguintes os níveis de integração industrial:

Pastas, celulose e papel - 3 empresas/
pastas e papel - 39/celulose e papel - 25/
pastas - 26 / celulose - 5/papel -110.

Empregos

Em 1995, foram proporcionados 62 mil empregos em suas atividades industriais e 45 mil nas florestais, perfazendo um total de 107 mil empregos diretos.

PROJETOS DE INVESTIMENTOS PARA 1995-2005

Execução	Planejados	Necessários	Total
----------	------------	-------------	-------

Valor dos Investimentos em US\$ milhões				
Celulose e Pastas	2.007	4.284	2.142	8.433
Papel	185	165	2.400	2.750
Atividade Florestal		1.000	1.000	2.000
Total	2.192	5.449	5.542	13.183

Capacidade produtiva em mil toneladas				
Celulose e Pastas	1.030	2.351	1.519	4.900
Papel	326	250	2.324	2.900

Acréscimo de capacidade em % sobre 1995				
Celulose e Pastas	15,52	35,43	22,89	73,84
Papel	4,82	3,69	34,33	42,84

Fonte: ANFPC

Reflorestamento

Somaram-se plantios de 98 mil hectares aos já existentes. O consumo de madeira no exercício foi estimado em 33 milhões de m³, sendo 85% para produção de celulose/pastas e 15% para fins energéticos.

A produtividade florestal média foi da ordem de 24 m³ de madeira/ha/ano de pinus e 30 m³ de madeira/ha/ano de eucalipto. Há esforços para se dobrar esses números até o final da década.

Plano de investimentos

Dirigentes do setor, sob o comando do presidente da ANFPC, Osmar Elias Zogbi, comunicaram ao presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, a intenção de realizar investimentos de mais de US\$ 13 bilhões, no período 1995-2005, para duplicar a produção. O programa está detalhado no documento "A Política de Desenvolvimento do Complexo Celulose-Papel: 1995-2005". O ciclo de expansão obje-

FATURAMENTO DO SETOR (US\$ MILHÃO*)

ANO	PAR	CELULOSE	PAPEL	ARTEFATOS+	TOTAL	VAR%
1986	10	565	2250	429	3254	-
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	11	1020	3555	758	5344	4,01
1994	12	1328	3848	772	5960	11,53
1995**	10	2112	5458	1144	8724	46,38

* Dólar Médio do Ano / Revista Suma Econômica

** Dados Preliminares

+ Empresas Integradas

FONTE: ANFPC

tiva atender o crescimento da demanda nos mercados interno e externo. Atualmente, o Brasil é o 7º e 11º colocado entre os maiores produtores mundiais de celulose e papel, respectivamente.

Perspectivas

A recuperação econômica dos países desenvolvidos levou o FMI e Banco Mundial a preverem uma expansão de 3% a.a. para países industrializados no período 1995-2000. Essas projeções

Produção

Papel 5,9 milhões de toneladas

Celulose 6 milhões de toneladas

Consumo per capita de papel 31,7 kg

CELULOSE = PRODUÇÃO E DESTINO DA PRODUÇÃO EM t

PRODUÇÃO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995*
Fibra Longa										
. branqueada	207794	193436	191378	203151	216703	224820	239486	301090	289032	270703
. não-branqueada	911974	970619	1051240	1022860	957753	987644	1022833	1056322	1074205	1149913
Fibra Curta										
. branqueada	2168858	2201216	2246070	2369582	2377540	2794642	3246655	3351528	3729049	3778326
. não-branqueada	266781	299190	304180	348286	362692	339414	361593	301248	283985	272586
P.A.R	358330	390471	397688	426421	436455	431596	431777	460742	452599	465767
TOTAL	3913737	4054932	4190556	4370300	4351143	4778116	5302344	5470930	5828870	5937295
CONSUMO PRÓPRIO										
Fibra Longa										
. branqueada	68413	67469	67811	71792	66312	61913	63754	82775	97753	114628
. não-branqueada	893930	944872	1022921	997466	917300	955450	998326	1028587	1056249	1135024
Fibra Curta										
. branqueada	781874	792840	891563	916847	914787	968725	1002391	1194279	1280841	1311059
. não-branqueada	209839	242475	246006	291567	318002	307164	326013	264551	243603	224419
P.A.R	302992	320890	331792	352455	366591	370531	367272	407929	391158	409452
TOTAL	2257048	2368546	2560093	2630127	2582992	2663783	2757756	2978121	3069604	3194582
VENDAS DOMÉSTICAS										
Fibra Longa										
. branqueada	91150	75526	75266	59489	70210	78535	82201	85078	93055	79889
. não-branqueada	12805	25392	29047	26673	38518	29714	23701	21887	18365	13085
Fibra Curta										
. branqueada	569627	577335	461841	478564	488096	544904	511885	477341	561637	560682
. não-branqueada	55626	42787	40166	47084	23921	18212	20735	20708	25779	26786
P.A.R	43367	42980	53517	67060	56611	47381	54168	48039	57175	51627
TOTAL	772575	764020	659837	678870	677356	718746	692690	653053	756011	732069
VENDAS EXTERNAS										
Fibra Longa										
. branqueada	51877	57639	49950	44106	89515	82614	99822	141829	105546	73825
. não-branqueada	3442	1027	590	1121	466	356	358	170	728	1437
Fibra Curta										
. branqueada	799174	850451	909286	898889	981882	1264175	1566039	1856093	1906385	1743265
. não-branqueada	1512	4584	19296	6203	11969	12494	14296	10296	19253	19786
P.A.R	10102	11311	7441	5005	7445	8670	7472	4045	4563	4388
TOTAL	866107	925012	986503	955324	1091277	1338309	1687987	2012433	2036475	1842701

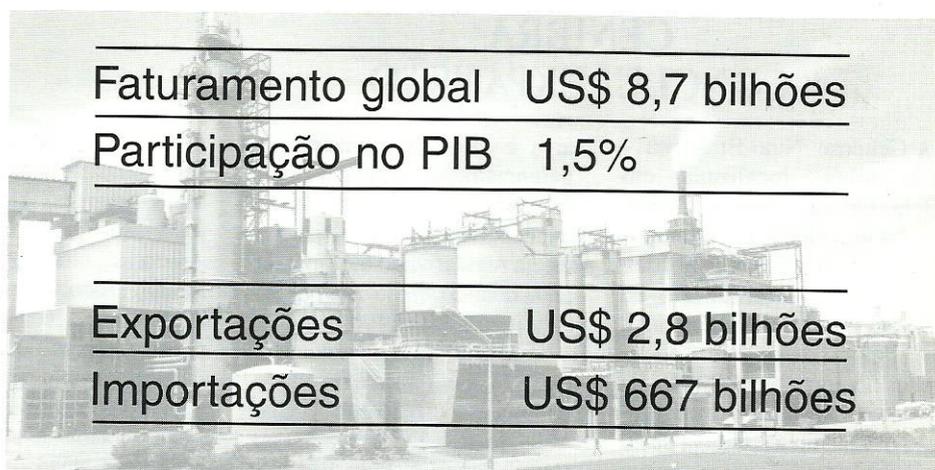
* Dados preliminares

Fonte = ANFPC

GT06/REVISTA

também indicam crescimento de 5,6% a.a. para países em desenvolvimento. Dessa forma, a perspectiva é de crescimento de 3,3% a.a. para a economia mundial.

O consumo mundial de celulose e papel deve evoluir no mesmo ritmo e pode ser ainda maior caso ocorram altas taxas de crescimento no consumo de países em desenvolvimento da América Latina, Leste Asiático e Leste Europeu, avalia a ANFPC. Em alguns segmentos de mercado pode ocorrer aumento real de vendas de 15% no biênio 1995-1996.



PAPEL = PRODUÇÃO E DESTINO DA PRODUÇÃO EM t

PRODUÇÃO	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995*
Papel para Imprensa	217864	231621	246294	230239	246400	253097	237453	275823	263890	282417
Papel para Impressão	932359	1007913	1007436	1003465	931531	995701	1110307	1398947	1653647	1670537
Papel para Escrever	374030	302343	311468	300355	357732	378841	286650	239943	171003	140782
Papel para Embalagem	2065735	2174156	2182433	2329247	2184300	2229720	2224315	2283918	2441469	2562557
Papéis Sanitários	294402	334113	365223	375870	403712	419257	442382	444694	428844	494697
Cartões e Cartolinas	498970	523998	446938	474075	470038	509838	502215	538442	561705	592458
Papéis Especiais	142210	137520	124160	138085	122078	127659	117411	119273	133039	141216
TOTAL	4525570	4711664	4683952	4851336	4715791	4914113	4920733	5301040	5653597	5884664
CONSUMO PRÓPRIO										
Papel para Imprensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Papel para Impressão	12327	14259	7141	4633	13725	5640	8001	3280	3872	8774
Papel para Escrever	984	742	7030	14506	14599	18405	20019	26129	17339	15301
Papel para Embalagem	705993	752890	643946	721445	625716	712606	642566	987464	1016415	1067323
Papéis Sanitários	86	779	254	105	126	78	56	1022	38	121
Cartões e Cartolinas	1333	1338	2347	2561	4139	4258	4937	5025	9256	4585
Papéis Especiais	12920	12486	12912	12459	12599	13490	11372	12652	15968	14783
TOTAL	733643	782494	673630	755709	670904	754477	686951	1035572	1062888	1110887
VENDAS DOMÉSTICAS										
Papel para Imprensa	214776	215025	234545	226107	229972	232656	218072	248408	245992	258283
Papel para Impressão	710876	707594	635311	683034	549669	642840	607185	763628	897055	947967
Papel para Escrever	254386	210389	185363	211335	228262	217522	161241	139124	119034	94957
Papel para Embalagem	1136867	1158987	1050682	1253168	1065192	1110412	1039757	918119	1009847	1045597
Papéis Sanitários	284195	328406	353983	368204	388922	411009	424170	414084	390780	454005
Cartões e Cartolinas	440042	487357	382388	445145	386733	422233	406049	460061	504871	531247
Papéis Especiais	123011	118306	107154	121593	101623	106700	98727	96303	103790	109050
TOTAL	3164153	3226064	2949426	3308586	2950373	3143372	2955201	3039727	3271369	3441106
VENDAS EXTERNAS										
Papel para Imprensa	3449	16675	9551	7463	16668	8328	23891	23152	16113	15934
Papel para Impressão	218181	282676	358978	322785	367544	331952	495530	610010	808602	684944
Papel para Escrever	122633	86593	121059	79956	110328	152876	113469	77321	36468	22310
Papel para Embalagem	220800	222210	465175	341046	390944	439906	526753	417534	449196	367899
Papéis Sanitários	15051	1509	8818	11702	10058	6000	12933	21168	38720	30322
Cartões e Cartolinas	46696	21312	65851	53374	61522	80190	91316	63905	68341	42779
Papéis Especiais	5857	5697	3967	4857	5280	6471	8446	10520	15010	13932
TOTAL	632667	636672	1033399	821183	962344	1025723	1272338	1223610	1432450	1178120

* Dados preliminares

Fonte = CONJUNTURA SETORIAL - ANFPC

GT06/REVISTA

CENIBRA CONCLUI EXPANSÃO

A Celulose Nipo-Brasileira - Cenibra, localizada em Belo Oriente, Minas Gerais, acaba de colocar em operação sua segunda unidade industrial, marcando o encerramento do projeto de expansão, por sinal, concluído abaixo do orçamento e antes do prazo previsto. No dia 17 de abril, data da inauguração oficial, uma comitiva de 40 empresários japoneses deverá visitar a fábrica.

Fruto de investimentos de US\$ 800 milhões, o projeto permitiu à empresa duplicar a capacidade de produção das atuais 350 mil toneladas para 700 mil toneladas/ano, fortalecendo sua presença no mercado. Cerca de 92% da produção são exportados para o Japão, EUA e Europa.

Na Fábrica 2 foram utilizados equipamentos nacionais em larga escala. A importação limitou-se à parte de instrumentação, peneiramento de cavacos e alguns equipamentos da linha de fibra, representando cerca de 10% do total.

A nova unidade está aparelhada para produzir 100% de celulose ECF (*Elemental Chlorine Free*).

Preocupada em aumentar sua produção sem prejudicar o meio ambiente, a Cenibra já realizou investimentos de mais de US\$ 100 milhões nessa

área e criou um sistema de gerenciamento para se adaptar às exigências externas. A expectativa é de que o sistema esteja regularizado até final do ano, quando então a empresa solicitará a ISO 14000.

Constituída em setembro de 1973, a empresa é resultado de uma associação entre a Cia. Vale do Rio Doce e a Japan Brazil Paper & Pulp Resources Development.

Aga fornece mais oxigênio

A Aga, líder em tecnologia de gases industriais, anunciou que irá quintuplicar o fornecimento de oxigênio para a Cenibra. Atualmente, o volume mensal para essa empresa é de 100 mil m³ de oxigênio para o branqueamento da celulose. Com o início do funcionamento da segunda unidade industrial da Cenibra, o fornecimento passará a ser de cerca de 500 mil m³/mês.

A Aga participou de todo o processo de ampliação das instalações de oxigênio e também do start up da nova planta da indústria mineira. No futuro, se houver necessidade, a Aga pode vir a instalar uma unidade de produção de oxigênio dentro da própria fábrica de celulose.

LÍDER DAS AMÉRICAS

O presidente do conselho de administração da Companhia Melhoramentos, Alfried Plöger foi eleito "Líder Gráfico das Américas", título concedido pela Printing Association of Florida (EUA). Ele é conferido anualmente a empresários que mais se destacaram no desenvolvimento e na promoção da indústria gráfica no continente e com participação em atividades ligadas à

área social e humanitária.

O título está em sua 13ª edição. Até 1993, chamava-se "Homem do Ano das Américas" e era concedido a um único empresário que se destacasse no continente. Desde o ano passado, entretanto, além da nova denominação, o prêmio passou a ser outorgado a dois líderes setoriais: um da América Latina e outro dos EUA e Canadá.

KVAERNER FECHA COM KLABIN

Kvaerner Pulping Brasil, fabricante de equipamentos para celulose, fechou contrato de dois anos com a Klabin para ampliação e modernização da planta da empresa. O negócio gira em

torno de US\$ 70 milhões. A Kvaerner, filial da indústria norueguesa com o mesmo nome, já forneceu tecnologia e equipamentos para a Basel, Cenibra e Champion, entre outras.

PROCURA-SE SÓCIO DE US\$ 1 BI

A Celulose do Maranhão - Celmar - está à procura de novos sócios para seu projeto de US\$ 1 bilhão, englobando desde reflorestamento até a fabricação da polpa. Ela já começou a plantar mudas de eucalipto na região de Imperatriz (MA) que mais tarde, servirão de matéria-

prima para produção de 500 mil toneladas/ano de celulose da fábrica que deve começar a operar em 2002.

Os acionistas majoritários da Celmar são a Ripasa (42,5%), a Vale do Rio Doce (42,5%) e a trading japonesa Nissho Iwai (15%).

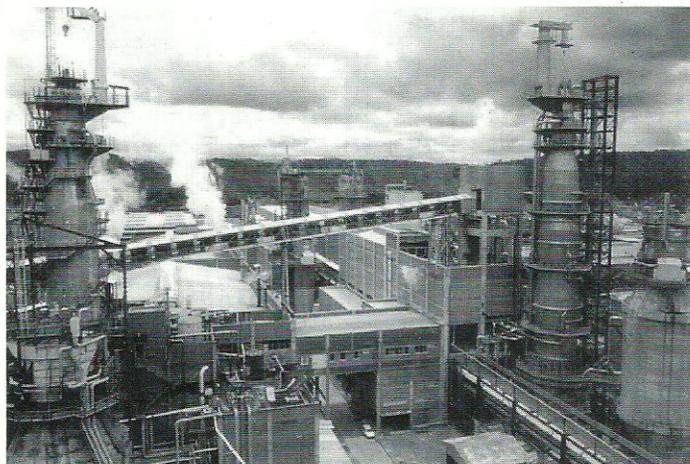
EMPRESAS DIVIDEM ENDEREÇO

Integrantes do grupo Rockwell International, a Allen-Bradley e a Reliance Electric (setor de automação industrial e sistemas de acionamento e motores elétricos, respectivamente) passam a concentrar suas atividades no país nas mesmas instalações, no bairro da Água Branca (SP).

O objetivo do grupo é preservar as operações autônomas de ambas as empresas, utilizando como vantagem estratégica a complementaridade das linhas. "Com esse posiciona-

mento, a idéia é ampliar ainda mais os negócios no Brasil e estar em sintonia com as necessidades dos usuários", diz Lloyd Roberts, diretor geral da Reliance no país.

A Allen-Bradley está no país desde a década de 70, detendo mais de 40% do mercado de controladores lógicos programáveis. A Reliance, operando desde a mesma época, está voltada para a oferta de sistemas de acionamentos e motores elétricos em corrente contínua e corrente alternada.



Fábrica da Cenibra em Belo Oriente, Minas Gerais

NOVA VERSÃO

A Ripasa inovou a apresentação de um dos seus principais produtos, o Ripax, com a "Turma da Mônica", colorido, licenciado com os personagens de Mauricio de Souza. A versão se destina ao público infantil e da pré-escola e foi apresentada durante a I Riopel - Feira Rio de Papelaria e Material Escolar, no Riocentro (Rio de Janeiro).

A empresa, um dos quatro maiores complexos industriais de papel e celulose, cresceu 15,8% nos nove primeiros meses do ano passado em comparação a 1994. O

mercado de cut size vem sendo um dos focos para o qual a Ripasa está dirigindo maiores investimentos, com intenção de alcançar 20% de share, com produção do papel multiuso Ripax. A produção da empresa hoje é de 400 mil toneladas/ano, somando os segmentos caderno, editorial, de embalagem, gráfico e de formulário contínuo.



Os personagens de Mauricio de Souza estão na Capa do novo Ripax

PRIMEIRO LUGAR EM FITAS

O Prêmio Lojas Papelaria & Cia. na categoria fitas adesivas foi conquistado pela 3M do Brasil. Durante a Escolar'95, que se realizou no Parque do Anhembi (SP), 1.057 votantes opinaram sobre os principais fabricantes em 25 categorias diferentes. Além do primeiro lugar em fitas, a 3M ficou em segundo lugar nas categorias fabricante de disquetes e de etiquetas adesivas.

"Este prêmio e os dois segundo lugares são consequência de um trabalho consistente, realizado pela 3M nos últimos anos. Hoje ela já se situa entre os cinco maiores fornecedores de todos os distribuidores ou lojistas do setor de papelaria", afirma Daniel Blanco, diretor do Grupo Produtos e Sistemas para Escritório da 3M do Brasil.

ESCOLA DO LIVRO

Já está definida a programação para este ano de cursos e seminários da Escola do Livro, um departamento da Câmara Brasileira do Livro (CBL). O objetivo é aperfeiçoar profissionais do mer-

cado editorial, atendendo funcionários e gerentes de empresas e também interessados em atuar no setor. Maiores informações podem ser obtidas na CBL fone (011) 225-8277.

SOFTWARE PARA QUALIDADE

Uma nova ferramenta para avaliação e controle de qualidade chegou ao mercado. É o Sol - Software para Avaliação e Controle de Índices de Qualidade de Produtos Manufaturados em Tempo Real, da Con-

trolmatic Engenharia de Automação.

O software é brasileiro e estabelece rotinas para avaliação, controle e manutenção. Ele fornece um "índice" que resume a qualidade da produção.

EVENTOS

Bienal - A 3ª Bienal de Design Gráfico será realizada de 5 a 17 de março próximo, no Sesc Pompéia (R. Clélia, 93, São Paulo/SP). Promovida pela Associação dos Designers Gráficos - ADG, a exposição reúne 100 trabalhos selecionados nas áreas de relatórios anuais, folhetos, catálogos, cartazes, livros, revistas, fascículos, vinhetas para TV, embalagens, projetos de identidade corporativa, entre outros. Terá também a mostra institucional do setor, contan-

do com a participação de 120 escritórios e profissionais.

Congresso - Empresários, designers americanos e brasileiros vão se reunir no evento Panamericana 96 Graphic Design, de 4 a 8 de março, em São Paulo, a ser realizado nas dependências da Escola Panamericana de Arte (R. Groenlândia, 77). O encontro contará com a presença de Martin Pedersen, diretor de criação da revista "Graphis", Eliane Stephan, responsável pelo recente projeto gráfico da "Revista da

Folha", Fred Troller, criador do pôster em comemoração aos 25 anos da Unesco, entre outras personalidades.

Fiepag - Para dar a dimensão do perfil dos setores de artes gráficas, celulose, papel e embalagem, acontecerá de 18 a 23 de março, no Pavilhão de Exposições do Anhembi (SP), a 14ª Fiepag - Feira Internacional de Embalagem, Papel e Artes Gráficas. Desta vez, deverão participar cerca de 700 expositores, entre brasileiros e estrangeiros, número

15% maior que na edição anterior. Segundo os promotores, a feira deverá receber 48 mil visitantes.

Superfeira - As feiras internacionais Print e Converter se juntaram num grande evento a ser realizado de 3 a 10 de setembro do ano que vem, em Chicago (EUA). Segundo os promotores, a exposição Print 97/Converter-USA será a oportunidade para se conhecer tudo em matéria de impressão, edição e comunicação gráfica.

A ATUAÇÃO DA ANFPC PARA 96

Mário Higinio Leonel (*)



A continuidade e aprofundamento do processo de globalização e internacionalização dos mercados, associada a uma conjuntura internacional menos promissora, com relativa abundância de certos produtos e redução da taxa de recuperação de preços, implicará a necessidade de concentração de esforços da Associação para manter e ampliar o espaço conquistado pelo setor, agindo simultaneamente em diversas frentes.

No plano interno, a estabilidade de preços e o relativo desaquecimento da demanda se alinham ao processo de mudanças institucionais, que exigem uma ação coordenada da Associação em áreas prioritárias, como definição da política industrial e de comércio exterior, da política florestal e acordos de livre comércio.

Esta é a síntese do diagnóstico conceitual, que serviu como base norteadora do plano de ação da entidade para 1996, aprovado pela diretoria e o Conselho da Associação, por unanimidade, na reunião do dia 15 de dezembro, junto com o respectivo orçamento.

Este trabalho, de construção de um ambiente positivo para a realização de investimentos, exige definições estratégicas muito precisas. Por isso, o programa de ação para 1996 destaca, como objetivos estratégicos, dois pontos:

- Ampliação da inserção internacional, através de uma atuação firme em questões mais críticas e na consolidação de espaços a longo prazo. O objetivo é dar mais peso internacional à indústria brasileira;

- Consolidar e ampliar a participação na economia brasileira, a partir do novo ciclo de expansões iniciado pelo setor, com o anúncio do programa "A Política de Desenvolvimento do Complexo Celulose-papel: 1995-2005", que prevê investimentos da ordem de US\$ 13 bilhões.

Uma série de atividades internas da Associação, que dizem respeito à sua organização, terão de ser adaptadas às necessidades do Programa de Ação, de forma a consolidar uma estrutura voltada aos entendimentos das decisões estratégicas adotadas. Assim, temos programado um congresso internacional, no prazo de 12 meses, a partir do 2º semestre de 1996, coordenado pela ANFPC, que deverá envolver governo, associados e personalidades nacionais e internacionais.

Ao reunir as mais expressivas figuras do setor de papel e celulose de todo o mundo, o seminário internacional que a ANFPC está organizando certamente se transformará numa excelente oportunidade de exposição das empresas brasileiras em nível mundial.

O *meeting* será formatado de maneira a permitir que as indústrias do nosso setor tenham

oportunidade de apresentar os investidores internacionais, que também serão convidados a participar da reunião, seus planos de expansão, as necessidades de novas inversões de capital, abrindo assim variadas possibilidades de negócios.

A oportunidade de realização do seminário apresentada naturalmente pela crescente evolução do nosso setor, tanto do ponto de vista do desenvolvimento tecnológico, quanto da modernização da sua gestão administrativa, o que nos tem permitido enfrentar o competitivo mercado internacional, com um desempenho que tem colaborado sobremaneira nas contas externas brasileiras. Isto apesar das dificuldades que todos enfrentamos com o chamado "Custo Brasil", que onera nossas exportações, objeto de dura batalha que une empresários e governo para sua eliminação.

De outro lado, o nosso país agrega uma série de condições privilegiadas para garantir a auto-sustentabilidade do processo de produção de celulose, dado basilar do plano de investimentos feito pela Associação, que prevê a aplicação de mais de US\$ 13 bilhões, visando quase dobrar a produção até 2005.

Em resumo, o objetivo do seminário será apresentar o nosso negócio a um público internacional, procurando alterar a curva de inflexão de investimentos internacionais, atraindo-os para o Brasil. Este é o caráter estratégico do encontro, que certamente funcionará como importante alavanca de novos negócios e na viabilização do plano de investimentos do setor.

Ainda no plano internacional, tornaremos mais ativa a nossa participação na Cicepla, por intermédio de representantes vinculados à Associação de forma a ter acesso a instrumentos importantes como o "Estudo de Complementaridade Comercial", que poderão servir de base para a uniformização de demandas de políticas

florestal e industrial para a América Latina.

Em relação à atuação mais voltada para dentro do Brasil, vamos promover a adequação e compatibilização dos *positions papers* da Associação e do documento "A Política de Desenvolvimento do Complexo Celulose-Papel: 1995-2005", como o documento divulgado pelo governo: "Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior". O debate deste documento, por sua importância, exige a inserção estratégica das posições do setor.

Também se trabalhará na direção da consolidação e ampliação do espaço de discussão dos problemas políticos, econômicos e sociais brasileiros, com a preparação de um painel específico, durante algumas reuniões de diretoria, para diagnóstico, análises e perspectivas, apresentadas e debatidas por especialistas e políticos, com ênfase nas ações de governo, desempenho econômico e seu impacto sobre o Setor.

Ainda no plano nacional, vamos empreender esforços na articulação da implementação de política florestal: no desenvolvimento de estudos para a implantação de um modelo de "Balanço Social para o Setor"; e na participação na Campanha Institucional de Reciclagem.

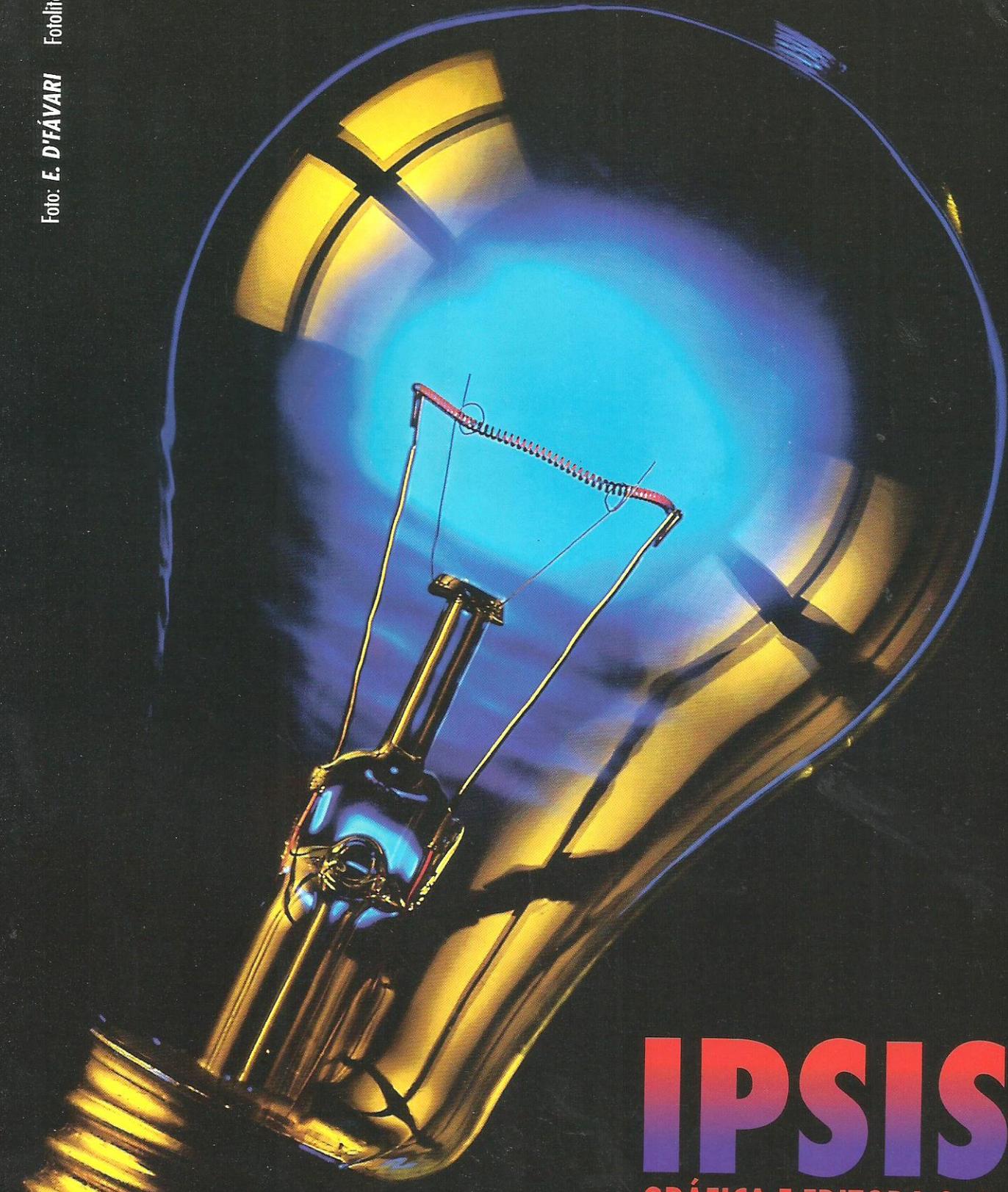
O Plano de Ação prevê ainda o desenvolvimento de múltiplos sub-programas, cujo escopo final deverá ser definido oportunamente. Sinteticamente, envolvem: apoio ao pequeno e médio empresários; novos associados; difusão e fomento tecnológico; educação ambiental setorial.

Ao lado dessa atuação a ANFPC desempenha uma série de atividades de apoio que, para o próximo ano, vão ser aperfeiçoadas: acompanhamento dos pleitos junto ao Executivo, Legislativo e Judiciário, nas diversas esferas de governo; o sistema de apoio às análises econômicas da entidade; o Sistema de Informações Empresariais; o *interface* com entidades afins nos assuntos de interesse estratégico comum; a organização de seminários para integrar e atrair novos associados.

Este programa para 96 certamente responde à expectativa em relação à atuação da ANFPC no futuro. É opinião geral que um setor forte como o nosso, cada vez mais inserido no universo econômico mundial, tem de atuar com eficácia nos diversos foros nacionais e internacionais e para isso precisa de uma entidade representativa ágil, modernizada e dotada de instrumentos capazes de defender com firmeza seus interesses.

* Mário Higinio Leonel é diretor-executivo da ANFPC - Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose.

Foto: E. D'ÁVARI Fotolitos: STUDIO A



IPSIS

GRÁFICA E EDITORA S. A.

Rua Dr. Lício de Miranda, 451 - São Paulo - SP
CEP: 04225-030 - Fone: 272-0511 - Fax: 273-1557

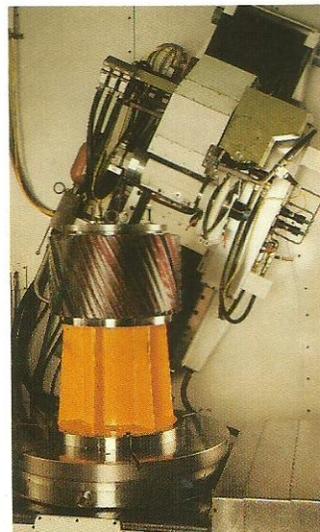
REDUTOR FALK A-PLUS

NOVA LINHA DE REDUTORES FALK DE ENGRENAGENS CEMENTADAS E RETIFICADAS

Quando se trata de qualidade, robustez e confiança, a série A-Plus de redutores é insuperável. Projetados para suportarem as condições mais adversas, os Redutores A-Plus garantem uma redução nas perdas e um consequente aumento na produtividade.

Principais características do projeto:

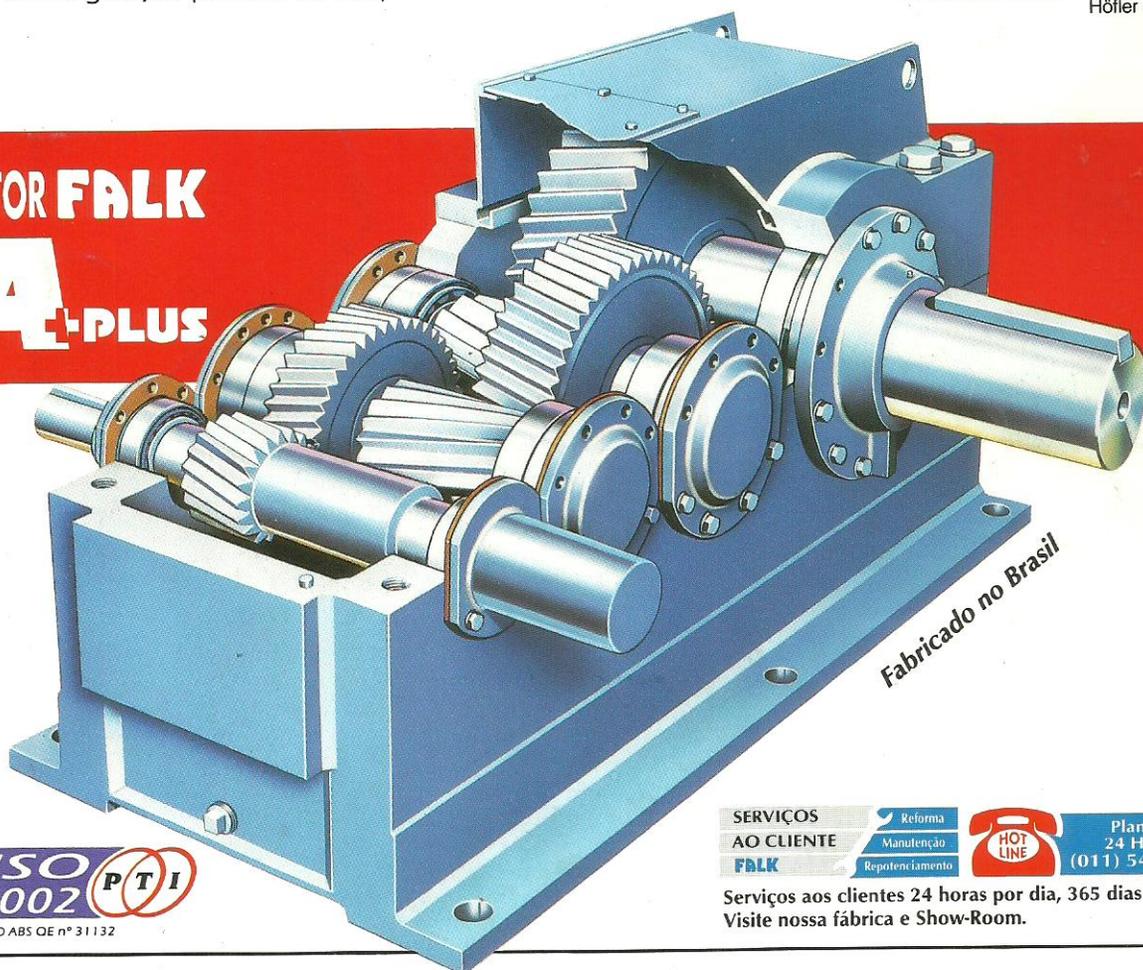
- Engrenagens cementadas e retificadas
- Sistema exclusivo de vedação "Magnum Seal" (com labirinto)
- Lubrificação garantida por canaletas internas
- Maior capacidade de dissipação térmica
- Manutenção mínima e facilitada
- Maiores potências com altíssimo rendimento
- Vidas de rolamento maiores
- Carcaças em chapas de aço soldadas
- Engrenagens retificadas em máquinas de Controle Numérico Computadorizado (CNC) de última geração (detalhe da foto)



Höfler Machine

REDUTOR FALK

A-PLUS



Fabricado no Brasil



CERT. REGISTRO ABS OE nº 31132

SERVIÇOS
AO CLIENTE
FALK

Reforma
Manutenção
Repotenciamento



Plantão
24 Horas
(011) 548-4011

Serviços aos clientes 24 horas por dia, 365 dias por ano.
Visite nossa fábrica e Show-Room.



POWER
TRANSMISSION
INDUSTRIES

POWER TRANSMISSION INDUSTRIES DO BRASIL S/A

Rua José Martins Coelho, 300
CEP 04461-050 • S. Paulo • SP
Tel.: (011) 548-4011
Fax: (011) 246-9439

Avenida Santos Dumont, 1130
CEP 52041-060 • Recife • PE
Tel.: (081) 241-0110
Fax: (081) 427-1148