

ANO XIV Nº 57 - 1997

ISSN 0102-5279

ENTREVISTA
ODAIR A. GARCIA

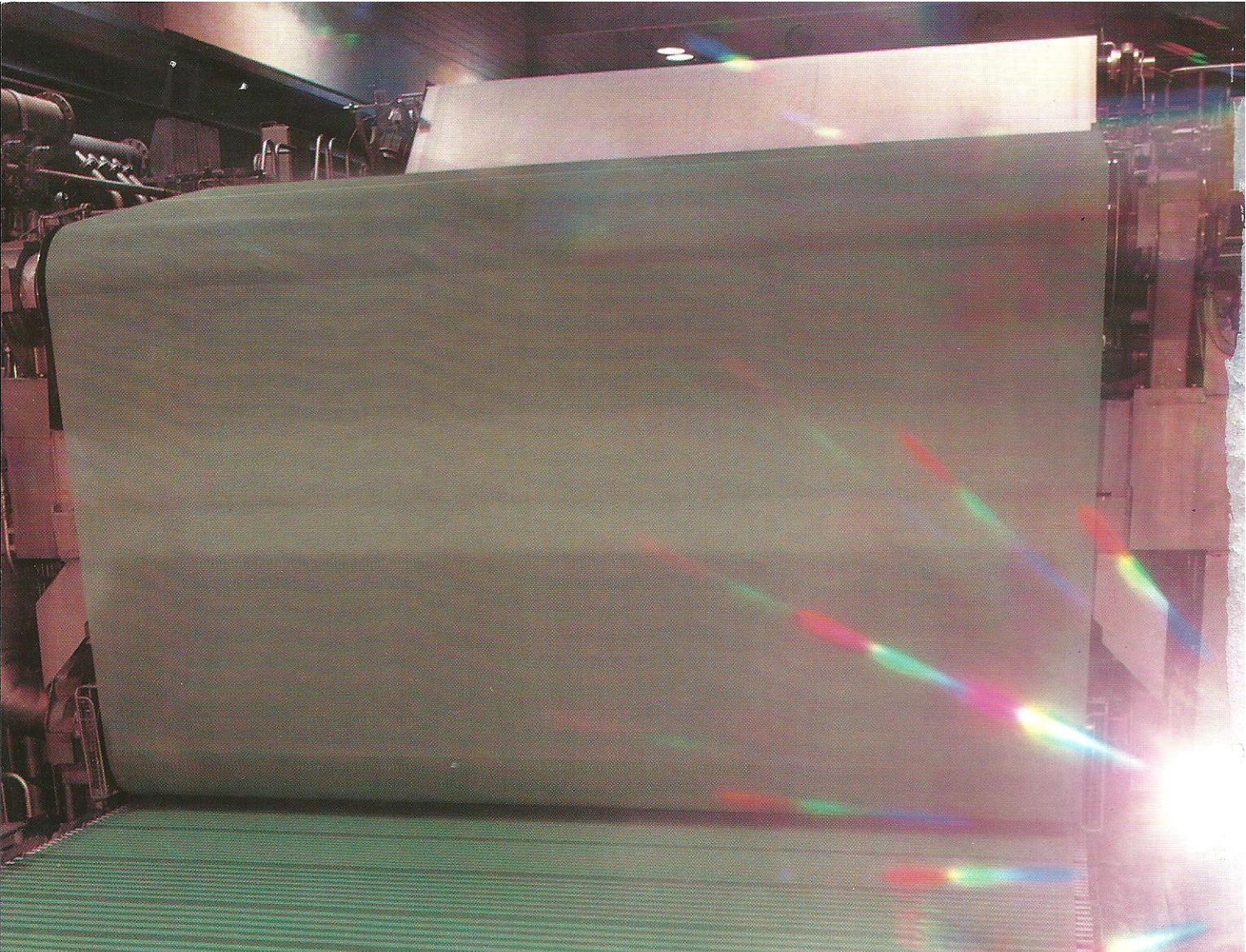
CELULOSE & PAPEL

Os números
do setor em 96
e perspectivas
para este ano

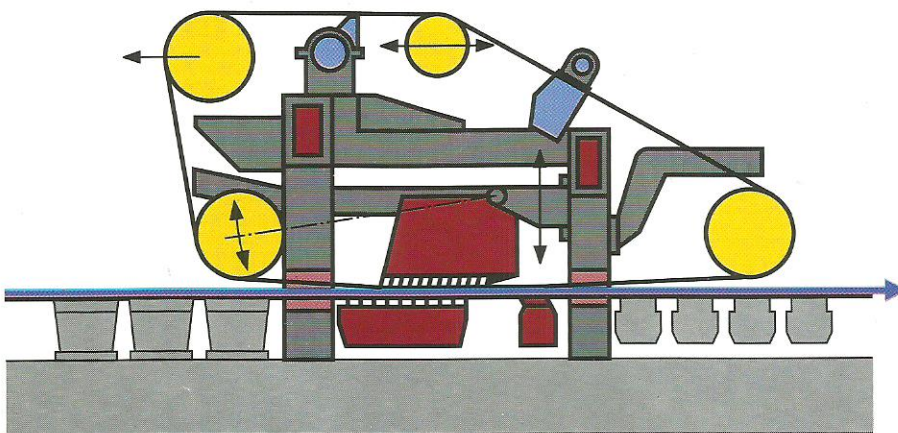
Indústria
Gráfica
tem bom
desempenho



ARACRUZ, ANO 30



Duoformer D, a qualidade comprovada



O Duoformer D é o melhor equipamento para a formação de quase todos os tipos de papel. Prova disso é que 4 deles já estão em operação com resultados surpreendentes em máquinas de nossos clientes, duas para papel especial, uma para papel gráfico e outra para papel jornal. Além disso, mais 3 Duoformers já foram encomendados e entrarão em operação neste ano de 1997.

Atualmente, existem 70 Duoformers em operação mundialmente, o que comprova a qualidade e a eficiência na formação da folha que somente a tecnologia Voith Sulzer pode lhe proporcionar.

Alca e o setor de papel e celulose

Osmar Elias Zogbi*

Biblioteca
do
IPEJ



“A integração continental deve ser bem negociada e levar em conta as situações específicas de cada país.”

Está na pauta de discussões do comércio externo brasileiro a criação da Alca. Sua implantação é tão importante que já está anunciado como um dos assuntos da pauta de conversações entre os presidentes do Brasil e dos EUA, durante a anunciada visita que o presidente americano, Bill Clinton fará ao Brasil na semana de 6 e 13 de maio, antes, portanto, da reunião que os chanceleres dos países do hemisfério Sul terão em Belo Horizonte, para tratar da criação da Área de Livre Comércio das Américas.

Para o Brasil essa questão levanta problemas sérios que vão além de uma simples adequação tarifária e tocam na questão do desequilíbrio nas estruturas produtivas existentes na região.

A palavra de ordem passará a ser qualidade e competitividade. Contudo, as condições de competitividade não serão iguais, já que, no caso do Brasil, existem inúmeras carências estruturais que encarecem os produtos aqui produzidos.

O caminho da integração continental é inexorável. No entanto, ela deve ser feita de forma

bem negociada e que leve em conta as situações específicas de cada país e as condições tecnológicas de suas estruturas produtivas. Uma das pré-condições para o livre comércio é a acessibilidade fácil ao trânsito tecnológico.

Para o setor de papel e celulose a criação da Alca se reveste de importância ainda maior, pelo fato dos maiores produtores de papel e celulose se situarem nos Estados Unidos e Canadá e contarem com os benefícios de uma estrutura econômica

mais estável e dinâmica que a nossa, o que lhes confere grande vantagem competitiva.

Esse quadro acentua a necessidade de reforçarmos ainda mais a nossa parceria com as autoridades federais, encarregadas de analisar as desvantagens competitivas frente aos parceiros da Alca. O setor, como sempre, participa dos contatos iniciais com uma posição pró-ativa, visando sustentar posições que nos garantam uma situação adequada ao esforço feito ao longo de muitos anos de trabalho.

* 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

<http://www.br.homeshopping.com.br>

Diretor Responsável
Osmar Elias Zogbi

Conselho Editorial
Alberto Fabiano Pires
Alfred Freund
Lenomir Trombini
Mário Higino 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

Diretoria
Alaôr José Gomes
Reginaldo Finotti

Diretor de Redação e Editor
Reginaldo Finotti

Redação
Ana Lúcia Ventrin
Antônio Albino Marinho
Maroni J. da Silva
Silvia Pimentel

Diagramação
Marco Aurélio Sismotto

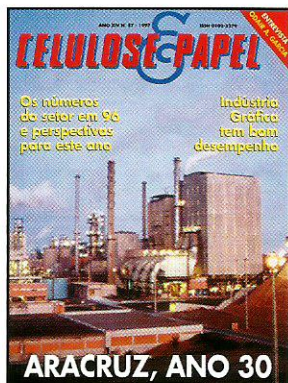
Publicidade
José Cruz Filho

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: Studio A Bureau

Impressão: Ipsis Gráfica e Editora S.A.



ARACRUZ FAZ 30 ANOS

A conclusão de um ambicioso projeto de modernização da ordem de US\$ 300 milhões e a inauguração de uma fábrica de sólidos de madeira no estado baiano são as novidades da companhia para este ano.

18

PERSPECTIVAS OTIMISTAS

Depois da tempestade provocada pela queda dos preços no mercado internacional, fabricantes brasileiros de celulose e papel prevêem um cenário mais favorável em 1997, mas ainda com preços deprimidos em alguns segmentos.

6

SETOR GRÁFICO QUER MUDANÇAS EM 97

Representantes da indústria gráfica nacional acreditam que a performance do setor dependerá do sucesso e da velocidade em que se processarão as reformas econômicas no Brasil.

12

UM AGRICULTOR NATO

Odair A. Garcia, presidente do Conselho da Champion, conta a sua trajetória dentro da empresa, onde começou como auxiliar administrativo, e os segredos para conciliar sucesso na carreira com uma vida intensa junto à família.

24

E MAIS

NÚMEROS DO SETOR	27
NOTICIÁRIO	31
CONFERÊNCIA SOBRE FINANÇAS E MARKETING	33
OPINIÃO	34

PARA INSPECIONAR OS ACOPLAMENTOS DE DISCOS FALK VOCÊ SÓ PRECISA DESTE EQUIPAMENTO.



- altas faixas de rotação • zero Backlash • isentos de manutenção e de lubrificação
- insensíveis à condições atmosféricas (até 230° C) • resistente a corrosão • conjunto de lâminas em aço inox e cubos fosfatados • baixo custo operacional • visualização dos elementos de desgaste sem a necessidade de desmontagem do acoplamento • absorção de desalinhamentos • trabalha na vertical sem alterações • substituição dos discos sem desconectá-lo do equipamento •

ACOPLAMENTO DE DISCOS FD FALK



- Capacidade de furação: até 400 mm;
- Torque máximo : 313.000 Nm;
- Disponíveis com espaçadores e eixos flutuantes (cfe. as Normas API 610 7ª e 8ª edição).
- Feixe de lâminas e cubos fosfatados

APLICAÇÕES

- Acionamento de máquinas de papel
- compressores
- turbinas
- geradores
- bombas
- bombas de processos
- torres de resfriamento
- misturadores
- transportadores
- máquinas e ferramentas
- ventiladores
- máquinas de impressão
- etc

ACOPLAMENTO DE DISCOS FDC FALK



- Folga idêntica aos acoplamentos de grade e de engrenagem FALK;
- Ideal para aplicações que requerem pequenas distâncias entre pontas de eixos;
- Bipartido axialmente;
- Acomoda desalinhamento angular e paralelo;
- Lâminas únicas e cubos fosfatados.



POWER
TRANSMISSION
INDUSTRIES

PTI - POWER TRANSMISSION INDUSTRIES DO BRASIL S/A
RUA JOSÉ MARTINS COELHO, 300
CEP. 04461-050 SÃO PAULO-SP
Tel.(011) 882.1000 Fax.(011) 246.9439

AVENIDA SANTOS DUMONT, 1130
CEP. 52041-060 RECIFE-PE
Tel.(081) 241.0110 Fax.(081) 427.1148



Fabricantes prevêm dias melhores em 1997, se o governo fizer a sua parte

Maroni J. Silva

Incluída entre os 15 setores eleitos pelo Governo para um programa de desenvolvimento, a indústria de celulose e papel espera, este ano, seguir a média de crescimento da economia nacional, estimada em torno de 4%.

Depois de conviver com uma verdadeira ressaca que afetou o setor como um todo, em decorrência das baixas cotações dos produtos celulósicos, em 1996, junto com demanda em queda – ao contrário de 1995, marcado por aumento de preços e lucros ascendentes – os fabricantes brasileiros de celulose e papel projetam, para 1997, um cenário mais favorável, mas ainda com preços deprimidos em alguns segmentos. A expectativa dos empresários decorre da previsão de que, no mercado doméstico, onde a comercialização dos produtos do setor é maior, a evolução da economia brasileira, pelo menos no primeiro semestre, ainda continuará lenta, enquanto uma série de medidas estruturais não forem tomadas para que o país ingresse num ciclo de crescimento sustentado e vigoroso, particularmente a reforma tributária e a modernização da infra-estrutura.

De acordo com a opinião dos fabricantes, com exceção dos segmentos mais ligados ao consumo popular, como papéis sanitários - um mercado estimado em US\$ 1,28 bilhão/ano, cuja produção cresceu mais de 15% em 1996 - o desempenho do setor como um todo deverá seguir a média de crescimento da economia prevista para 1997. Os indicadores conjunturais levantados por várias instituições, públicas e privadas, apontam para um crescimento em torno de 4%, medido pela variação do PIB, contra os 2,5% alcançados em 1996, aproximadamente.

Externamente, as estimativas feitas pela OCDE indicam que as economias industrializadas que representam cerca da metade do total da produção mundial, crescerão cerca de 2,5% em 1997. O OCDE prevê que o desempenho das economias emergentes, onde as reformas econômicas começam a frutificar, será maior, mas não fixa percentual. O PIB latino-americano, particularmente, deverá evoluir 4% este ano, segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI), contra a necessidade de um crescimento anual de 6% para reduzir o desemprego e a pobreza generalizados.

Como integrante da economia globalizada, o setor de celulose e papel tem parceiros importantes no mercado externo, tanto que a receita das exportações, em 1996, atingiu US\$ 2 bilhões dos US\$ 7,4 bilhões de faturamento global no período. Mas diante de fatores sistêmicos que levaram as empresas a contraírem, de certa forma, os investimentos no aumento da capacidade produtiva, prevê-se, já a partir deste ano, a necessidade de reduzir as vendas externas para poder atender o mercado doméstico, que vem se recuperando, gradativamente, com o Plano Real.

Algumas empresas do setor estudam a possibilidade de estabelecer algum tipo de aliança com parceiros estrangeiros, com vistas a aumentar a escala de produção. O inverso também é verdadeiro, ou seja, investidores estrangeiros manifestando interesse em participar de algum segmento, tanto na área florestal quanto na ponta do consumo. Pelos contatos já realizados, o interesse maior do capital estrangeiro é por empresas que tenham boa penetração no mercado e estrutura de custo competitiva.

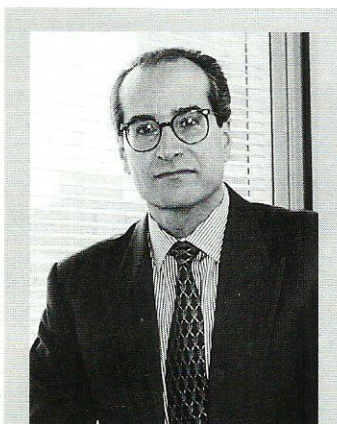
Papéis para imprimir e escrever *A tendência indica crescimento do consumo*

A baixa rentabilidade e a queda de consumo observadas em 1996, no segmento de papéis para imprimir e escrever, no mercado brasileiro, deverão ser revertidas este ano, a partir da tendência já verificada no segundo semestre do ano passado, no papel não-revestido, cujo consumo aumentou 5%, contra uma queda anualizada entre 8 e 10%. Pelas previsões dos fabricantes, para os quais existe uma relação muito próxima entre a demanda por papéis para imprimir e escrever e a evolução do PIB, a produção deverá crescer entre 5 e 6%, ou seja, algo em torno de 1 e 2% acima da estimativa de crescimento do PIB prevista para este ano.

De acordo com informações preliminares, segundo o empresário Raul Calfat, vice-presidente de Papel para Imprimir e Escrever, da ANFPC - Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, o consumo de papel não-revestido apresentou uma queda de 8 a 10%, em 1996, em relação ao período anterior. A redução foi consequência de um processo de acomodação do mercado, depois da euforia registrada em 1995, quando a demanda ficou muito aquecida e os preços subiram muito.

Em 1996, aconteceu praticamente o contrário. Como os principais clientes compraram muito em 1995, temendo que os preços subissem ainda mais, houve excesso de estocagem, a qual se refletiu sobre o comportamento da demanda em 1996. O ano foi marcado, portanto, pela diluição dos estoques e pela volta do patamar normal de oferta e procura, considerando-se as vendas domésticas. As exportações fecharam o ano com um volume físico aproximado de 600 mil toneladas, segundo Calfat, igualando-se, praticamente, com o período anterior.

No segmento de papel revestido, a situação foi bem diferente. Os dados disponíveis mostram que



RAUL CALFAT
“O cenário para o papel não revestido é de crescimento da capacidade instalada. Para o revestido, a tendência é a manutenção dos investimentos iniciados em 96, para aumento da produção”

houve um crescimento de 165 mil toneladas no consumo aparente, contra 150 mil toneladas no ano anterior. Como a produção brasileira de papel revestido girou em torno de 105 mil toneladas, a diferença foi coberta pelas importações, consideradas bastante elevadas em função do desequilíbrio entre oferta e procura.

A perspectiva para 1997, tanto num segmento quanto no outro dependerá da conjuntura econômica, inclusive internacional, e da capacidade instalada de cada um frente ao tamanho do mercado. Em papéis não-revestidos, o Brasil tem uma capacidade de produção superior ao dobro da oferta, o que explica a não existência de nenhum investimento novo entrando em operação este ano no Brasil.

Externamente, haverá um decréscimo de 50 mil toneladas, em fevereiro, nos Estados Unidos, por desativação de equipamento, e uma nova máquina entrando em operação em abril, com capacidade para 300 mil toneladas/ano. Na Indonésia, três novas máquinas de 400 toneladas/ano cada uma começam a operar ao longo do ano e outra na Tailândia, com 230 toneladas/ano.

Portanto, o cenário para o papel não-revestido, segundo Calfat que também é diretor superintendente da Votorantim Celulose e Papel (VCP), é de crescimento de utilização da capacidade instalada, com a demanda evoluindo em níveis pouco acima da oferta. Em contrapartida, no papel revestido as previsões para este ano indicam que o Brasil manterá os investimentos iniciados em 1996, com vistas a aumentar a capacidade instalada e reduzir o desequilíbrio entre oferta e procura.

Ao longo de 1997, informa Calfat, o segmento contará com o start up da nova máquina da Ripasa, com capacidade para 40 mil toneladas ano, enquanto o coater da Votorantim que está em curva de aprendizagem, produzirá 75 mil toneladas/ano de papel couché, ao atingir sua capacidade nominal. E outras 100 mil toneladas serão agregadas ao mercado pela Votorantim, em 1998, com a instalação de outro equipamento.

O mercado contará ainda com os acréscimos de produção vindos do exterior. Há previsão de investimentos em novas máquinas nos Estados Unidos, na Europa e no sudeste da Ásia, durante os anos de 1997 e 1998. Diante deste cenário, segundo Calfat, nos próximos dois anos a oferta de papel couché vai ser maior que a demanda, e os preços deverão cair.

Celulose no mercado

Reação dos preços e queda dos estoques indicam recuperação

Apesar das dificuldades enfrentadas em 1996, os fabricantes de celulose mantêm "a confiança no futuro", inclusive com a previsão de novos investimentos este ano. O ano passado foi marcado



LUIZ KAUFMANN
"Os fabricantes de celulose apostam no futuro. Os destaques de investimentos são da Aracruz (US\$ 300 milhões) e VCP (US\$ 400 milhões) aumentando a capacidade em 200 mil t e 180 mil t, respectivamente."

por um quadro de excesso de oferta e altos níveis de estoques mundiais de celulose, tendo como consequência um declínio de mais de 40% no preço médio do produto em relação ao período anterior.

Os dados disponíveis mostram que após seis meses consecutivos de queda no preço da celulose, que passou de um patamar de US\$ 900/tonelada, no quarto trimestre de 1995, para US\$ 420/tonelada no segundo trimestre de 1996, houve uma recuperação, a partir do final do período. Os sinais de melhora, segundo dados apurados pelo Departamento de Análises Econômicas Setoriais do Citibank apareceram a partir de julho de 1996.

A cotação da celulose oscilou entre US\$ 550 e US\$ 530 por tonelada, junto com a redução dos estoques internacionais. Para se ter uma idéia do que isso significou, basta observar que os estoques dos três maiores produtores mundiais (Estados Unidos, Canadá e Escandinávia), responsáveis por mais de 60% da produção mundial de celulose, caíram de 2,6 milhões de toneladas em fevereiro para 1,8 milhão de toneladas em maio.

Este nível corresponde à média entre o mínimo (1 milhão de toneladas em junho de 1995) e o máximo (2,6 milhões de toneladas em fevereiro de 1996), estando 300 mil toneladas acima do normal. Somente no mês de maio de 1996, houve uma queda de 383 mil toneladas nos estoques mundiais de celulose.

No mercado doméstico, muitas empresas brasileiras reduziram a produção durante o primeiro semestre de 1996, conforme relatou Luiz Kaufmann, vice-presidente de Celulose da ANFPC, para ajustar a oferta à demanda efetiva do mercado. Os dados preliminares indicam que em 1996 houve um incremento de 350 mil toneladas de celulose à produção nacional, cuja capacidade instalada é estimada em 6,9 milhões de toneladas. O aumento de produção foi devido à entrada em operação do projeto de expansão da Cenibra Celulose Nipo-Brasileira.

A nova fábrica da Cenibra também repercutiu na produção de celulose das empresas associadas à Abecel. No total, as empresas produziram 2,7 milhões de toneladas de celulose fibra curta branqueada de mercado, em 1996, das quais 2,2 milhões de toneladas foram exportadas. A produção registrou um aumento de 14% em relação ao volume total produzido em 1995, especialmente em decorrência da expansão da Cenibra.

As vendas externas de celulose aumentaram 28% em 1996, sendo que a Ásia foi o maior comprador. Mas as exportações foram mantidas devido ao grande esforço dos fabricantes em reduzir custos, a fim de não perder a competitividade, segundo Kaufmann, que também é presidente da Aracruz.

De acordo com a avaliação do empresário, o setor teve que enfrentar uma série de problemas que limitam, inclusive, as estratégias de modernização e de expansão das empresas brasileiras. A lista inclui o alto custo de capital para investimento e falta

de recursos em prazos compatíveis com a maturação do negócio, além do estrangulamento da competitividade provocado pelo sucateamento dos serviços portuários, com suas altas tarifas.

Em 1996, por exemplo, a Riocel exportou 160 mil toneladas de celulose e teve que pagar US\$ 15/tonelada para embarcar o produto no porto de Rio Grande, mais de 50% do que custaria na Bélgica. Além disso, enquanto o porto gaúcho embarca 8 mil toneladas em 24 horas, nos portos europeus a média é de 12 mil toneladas, no mesmo período, segundo informações da área de logística da Riocel.

Apesar deste quadro, os fabricantes de celulose apostam no futuro, segundo Kaufmann. Entre os investimentos previstos, um dos destaques é da Aracruz, que está aplicando US\$ 300 milhões num projeto de modernização que vai ampliar a capacidade de produção em 200 mil toneladas/ano e aprimorar ainda mais o desempenho ambiental. Já a VCP entrará com mais 180 mil toneladas de celulose, concluindo um investimento da ordem de US\$ 400 milhões, parcialmente realizado em 1996.

Comércio exterior

Sem investimento na produção, as exportações caem

O impacto desfavorável da conjuntura internacional, marcada por estoques elevados, redução da demanda e preços em baixa, foi um dos principais fatores do fraco desempenho das exportações de papel em 1996. Os fabricantes também citam como negativos os efeitos da valorização do Real frente ao dólar, bem como uma série de outros fatores que integram o chamado "custo Brasil".

Se estes problemas não forem resolvidos num timing razoável, explica Nilson Cardoso, vice-presidente de Comércio Exterior da ANFPC, o setor corre o risco de ver desperdiçada boa parte do esforço realizado nos últimos dez anos, com o objetivo de conquistar o mercado externo, pois será obrigado a reduzir as exportações, inclusive para atender a crescente demanda interna.

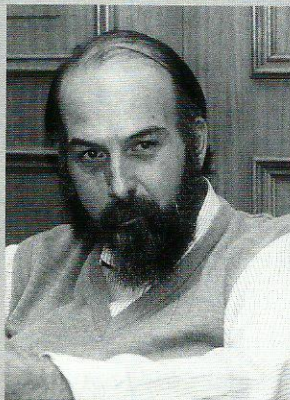
Um dos segmentos mais expostos à ameaça de perder mercado é o de papel para imprimir e escrever, que compôs a pauta de exportações do setor no ano passado, junto com papéis especiais, papéis para embalagem e papéis sanitários. No total, foi exportado 1,2 milhão de toneladas de papel em 1996, representando uma redução de 0,1% em relação ao período anterior, segundo dados preliminares da ANFPC.

Uma parcela correspondente a 33% das exportações foi destinada à América Latina, onde o maior comprador é a Argentina. A Ásia é o segundo maior comprador de papéis do Brasil, com 26%, seguida pela Europa, com 22%, África e América do Norte, com 7% e a Austrália com 5%.

Parte da redução das exportações, segundo Car-



NILSON CARDOSO
"Para realavancar as exportações será necessário um conjunto de ações que não depende apenas do esforço das empresas, mas também de uma parceria com o governo."



CELSO FOELKEL
"O balanço das ações na área ambiental, apresenta pontos positivos com a ampliação do diálogo com o governo e com os ambientalistas, mais proativos nas discussões sobre o desenvolvimento sustentado e questões sociais."

doso que é Superintendente de Marketing da Ripasa, se deve ao quadro pouco favorável registrado na Europa, que comprou menos em 1996 em comparação com o volume embarcado em 1995. Mas a diferença foi compensada pela elevação da demanda na América Latina, estimada entre 3 e 4%.

Para realavancar as exportações, será necessário um conjunto de ações que não depende apenas do esforço das empresas, mas também de uma parceria institucional com o governo. Além de criar facilidades para investimentos em capacidade instalada, a fim de que o Brasil não se torne importador de papel, conforme previsão feita por técnicos do BNDES, o governo terá que tomar medidas de estímulo às exportações

Tais medidas incluem a criação de um sistema eficaz de financiamento às exportações, redução da carga tributária e melhoria da infra-estrutura portuária, que escoar mais de 80% das exportações brasileiras. Um estudo recente feito pela Associação Brasileira de Comércio Exterior (AEB) concluiu que o país deixa de receber US\$ 5 bilhões por ano com exportações em geral, por causa dos altos custos com a rede portuária brasileira, lenta e deficitária.

Comparando custo médio de movimentação de contêineres em cinco portos do mundo - Roterdã, Antuérpia, Hamburgo, Nova Iorque e Buenos Aires - a AEB constatou que o de Niterói é o mais caro do mundo, com US\$ 603 contra US\$ 557 em Nova Iorque.

A terceira posição no ranking dos mais caros é dividida entre Paranaguá, (US\$ 418), Rio Grande (US\$ 398) e o porto de Santos em São Paulo (US\$ 380). Os dados mostram ainda que o Brasil movimenta 12 contêineres por hora, contra 19 no Chile, 20 nos Estados Unidos e 28 na Alemanha.

Sobre as perspectivas para 1997, Cardoso acredita que o setor deve acompanhar as previsões de crescimento da economia, em torno de 3 a 4%, obtendo, ainda, outros 2% a título de eficiência. Mas como os investimentos em aumento de capacidade foram pequenos, ele acredita que a produção nacional será insuficiente para manter as exportações e atender a demanda interna.

Meio ambiente

"Passaporte verde" foi a vedete em 1996

A certificação ambiental através da ISO 14000 conquistada pela Riocel e pela Bahia Sul é apontada como um dos resultados positivos do balanço sobre o gerenciamento ambiental do setor, em 1996. Considerada como o "passaporte verde", pelas possibilidades que abre no mercado internacional, a certificação é também uma espécie de atestado do esforço que os fabricantes em geral vêm desenvolvendo para adaptar a produção de

matérias-primas e os processos produtivos a tecnologias limpas, que contribuam para a geração de menos resíduos e permitam a sua recirculação ou reaproveitamento.

Além da ISO 14000, o balanço das ações implementadas na área ambiental, no ano passado, feito por Celso Edmundo Foelkel, vice-presidente de Meio Ambiente da ANFPC, apresenta outros pontos positivos, entre os quais a ampliação do diálogo com o governo e com os próprios ambientalistas, que estão mais proativos na discussão sobre as questões relativas ao desenvolvimento sustentado, evolução tecnológica e maior preocupação com os aspectos sociais.

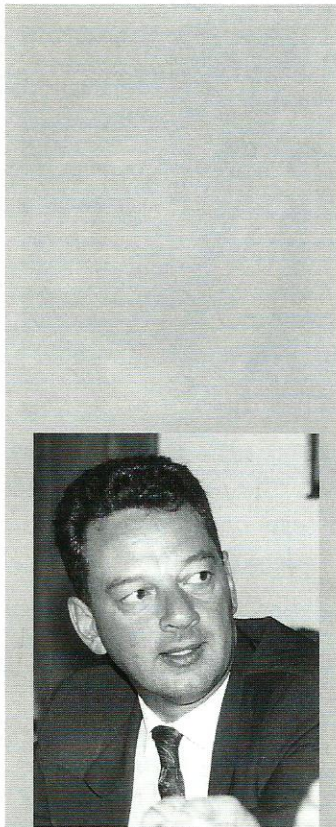
Mantendo-se na vanguarda do processo de preservação ambiental, os fabricantes de celulose e papel começaram a se preocupar com a certificação ambiental antes mesmo da normatização brasileira sobre o assunto. Somente no final do ano passado, mais precisamente no dia 5 de dezembro, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) lançou, na sede da Confederação Nacional das Indústrias, no Rio de Janeiro, as duas primeiras normas de Sistemas de Gestão Ambiental da série ISO 14000.

A NBR ISO 14001- Especificação e Diretrizes para Uso - e NBR ISO 14004 - Diretrizes Gerais sobre Princípios, Sistemas e Técnicas de Apoio definem como as empresas devem adequar seus processos produtivos para a preservação do meio ambiente. Mas essas normas são preliminares e não tratam especificamente das substâncias ou dos materiais utilizados na produção de um produto ou execução de uma obra, nem do impacto ambiental específico. O assunto será definido somente em 1998.

Para conquistar a certificação, as empresas brasileiras se basearam, inicialmente, em outros parâmetros, particularmente a norma inglesa BS 7.750. No caso específico da Riocel, que gastou US\$ 3 milhões para se adaptar a ISO 14000, o trabalho começou em 1993, quando a empresa aderiu aos programas Atuação Responsável e Carta Empresarial para o Desenvolvimento Sustentado, com base nos quais criou o seu Sistema de Gerenciamento Ambiental (Siga).

A partir daí, a empresa tomou uma série de decisões até a conquista da certificação propriamente dita, obtida mediante auditoria internacional. O trabalho é complexo, observa Foelkel, mas se justifica por vários motivos. "Há um processo de melhoria contínua dentro da empresa, com uma total mudança de cultura, aumento de competitividade e definição clara de objetivos".

Em todo este conjunto, segundo Foelkel, é fundamental a ação humana, daí a importância da preocupação com o social dentro de uma política macro de gestão ambiental. "O homem satisfeito respeita mais o meio ambiente, interage melhor com o ambiente de trabalho, com a comunidade e



ITALO TROMBINI

"As expectativas são de que o segmento de papéis para embalagem deverá acompanhar o crescimento da economia como um todo. Pena que faltem, no momento, recursos para ampliar a capacidade de produção."

com a própria natureza". A tendência futura, observa Foelkel, é de que as empresas se preocupem cada vez mais com a qualidade de vida das pessoas, mas sem paternalismos.

Do ponto de vista tecnológico, segundo Foelkel, que também é diretor de Tecnologia e Meio Ambiente da Riocel, foi notável o avanço dos fabricantes de celulose e papel, no ano passado. O foco da atuação das empresas foi no controle de emissões, redução do impacto ambiental e muita preocupação com os recursos hídricos, inclusive consumindo menos água no branqueamento da celulose.

Na área de reflorestamento também houve bons resultados. O destaque foi para a certificação florestal obtida por algumas empresas. Em 1997, segundo Foelkel, haverá um grande esforço das empresas para conquistar o chamado "passaporte verde". A previsão é de que outras três empresas deverão se ajustar às exigências da ISO 14000, obtendo a certificação.

Papéis para embalagem

Conjuntura interna garantiu crescimento

Assim como outros produtos ligados diretamente ao mercado de consumo doméstico, os papéis para embalagem também se beneficiaram da conjuntura interna, obtendo bons resultados em 1996. Os dados preliminares citados pelo empresário Ítalo Trombini Filho, vice-presidente de Papéis para Embalagem, da ANFPC, mostram que a expedição evoluiu em 5% comparada com o volume de 1995. A produção de caixas de papelão ondulado, que consome a maior parte dos papéis para embalagem produzidos no Brasil, aumentou em 9%.

Além da matéria-prima utilizada na produção de caixas de papelão ondulado, o segmento de papéis para embalagem fabrica uma série de outros produtos que são convertidos em grande parte pelos próprios fabricantes, seguindo uma tendência de integração que vem desde 1995. Operando desta forma, os fabricantes agregam mais valor aos seus produtos e, conseqüentemente, alcançam maior rentabilidade.

Durante o primeiro semestre de 1996, segundo o representante da ANFPC, que também é diretor da Trombini Papel e Embalagens, o mercado se manteve em baixa, seguindo o ritmo lento da economia. No segundo semestre, porém, a situação se inverteu, garantindo ao segmento um nível de crescimento e de rentabilidade considerado muito bom pelos fabricantes.

A proximidade com o final do ano, segundo Trombini, aqueceu principalmente o mercado dos papéis utilizados na produção de caixa de papelão ondulado. Os demais produtos, entre os quais o papel kraft convertido em sacos multifoliados, papéis para embutidos, caixas de papelão para sapatos e alimentos mantiveram-se dentro da média de

crescimento do segmento como um todo.

A maior parte da produção continua sendo consumida no mercado interno. As exportações que, no passado chegaram a 30%, hoje representam algo em torno de 12% da produção total, segundo Trombini. E a tendência é que a participação das vendas externas no faturamento das empresas caia ainda mais, devido ao aumento da demanda interna.

Pelas expectativas dos empresários, o segmento de papéis para embalagem terá um crescimento, este ano, bem próximo das estimativas de crescimento do PIB. Mas por enquanto, os investimentos estão apenas sendo ventilados, pois há carência de recursos para ampliar a capacidade de produção, segundo Trombini.

Papéis sanitários

Aumento da demanda garante bons resultados

Beneficiado pela recuperação da capacidade de consumo das camadas mais populares, o segmento de papéis sanitários foi um dos que mais cresceram em 1996, atingindo um percentual estimado de 17,6%. Os dados preliminares indicam que foram produzidas 549 mil toneladas contra 467 mil toneladas em 1995, garantindo aos fabricantes níveis de faturamento além das expectativas. Do total produzido, o papel higiênico representou cerca de 81%. O restante está dividido entre toalhas de cozinha, lenços e guardanapos.

O bom desempenho dos papéis sanitários vem desde 1995, graças à estabilização da moeda e da gradativa melhora dos salários de uma faixa da população praticamente excluída do mercado de consumo. Um dos motivos do sucesso alcançado em 1996, além do aumento da demanda, conforme informou Ruy Haidar, vice-presidente de Papéis Sanitários da ANFPC, foi uma relativa recuperação dos preços do papel higiênico.

De acordo com os dados apurados pelos fabricantes, o aumento variou entre 11,6% e 16,5%, beneficiando os papéis de boa qualidade folha simples e alta qualidade. Em alguns casos, as cotações ficaram abaixo da inflação anualizada, mas no geral, 1996 foi considerado "um bom ano", segundo Haidar.

As exportações, que representam algo em torno de 5,3% da produção total, apresentaram redução de 6% no ano passado. No total foram exportadas 29 mil toneladas contra 31.395 toneladas em 1995. A redução foi decorrência, principalmente, do aumento da produção de papéis sanitários na Argentina, um dos compradores do Brasil.

As previsões para este ano indicam um crescimento de 7 a 8%, o que vem animando as empresas a ampliar os investimentos na expansão da produção. A Fábrica de Papel Santa Therezinha, dirigida por Haidar, está investindo US\$ 25 mi-



RUY HAIDAR

"As previsões para este ano, no segmento de papéis sanitários, indicam um crescimento de 7 a 8%. Esses números estão animando as empresas a ampliar os investimentos na capacidade de produção."



WALTER DERANI

"O crescimento da demanda de papéis especiais dependerá do grau de sofisticação do mercado. O desempenho do setor vai depender do fôlego das indústrias pra lançar produtos novos que exijam maior oferta de papéis especiais."

lhões este ano no aumento da capacidade e espera um crescimento de 10%.

Além da Santa Therezinha, que tem uma participação de 17,8% do mercado, atrás da Klabin que é a líder, com 27,9%, outras empresas planejam se expandir, seguindo a tendência de incorporar os fabricantes menores, que vêm perdendo participação nos últimos anos, com o objetivo de aumentar a escala e melhorar a rentabilidade. Em 1994, por exemplo, a Melhoramentos, com participação de cerca de 10% no mercado, assumiu as operações da Kimberly & Clarke.

Em termos de novos projetos, o destaque este ano é para a Bacraft Indústria de Papéis, com sede na Bahia. A empresa deve colocar em operação este ano uma máquina com capacidade para produzir entre 22 e 24 mil toneladas/ano de papéis sanitários. O investimento total está estimado em US\$ 25 milhões.

Papéis especiais

Fabricantes esperam dias melhores este ano

Contrariando as expectativas dos fabricantes, o ano de 1996 não foi bom para o segmento de papéis especiais. Os dados preliminares apurados pela ANFPC mostram que embora a produção tenha sido maior que a de 1995, representando uma diferença de cerca de 2%, as empresas venderam menos.

No total, a produção chegou a 139.672 toneladas, em 1996, contra 136.948 toneladas em 1995. As vendas realizadas no ano passado, no entanto, totalizaram 104.577 toneladas contra 105.219 toneladas no período anterior. Houve uma pequena queda de faturamento, portanto.

Em termos conjunturais, explica Walter Zarzur Derani, vice-presidente de Papéis Especiais da ANFPC e diretor Comercial da Ripasa, o segmento apresentou desempenho mais favorável no segundo semestre, mas mesmo assim não conseguiu recuperar a baixa do período anterior. Uma das características do segmento é a sua estreita vinculação com a produção industrial do país, onde tem diversas aplicações.

Entre os produtos oferecidos pelos fabricantes estão os papéis especiais à base de siliconização utilizados em etiquetas auto-adesivas. Existem também os papéis autocopiativos destinados a escritório, principalmente o formulário contínuo. A indústria de embalagem também demanda papéis especiais. É o caso dos supercalandrados utilizados para embalar alimentos, como chocolates, balas e doces em geral. Além disso, os papéis especiais são utilizados ainda como filtro para café e na indústria automobilística.

Apesar dessa pulverização, o mercado de papéis especiais no Brasil ainda é pequeno, segundo Derani. A oferta é diversificada, mas a produção é vendida em pequenos lotes. Por outro lado, pou-

cas empresas fabricam papéis especiais. Eles têm características técnicas específicas.

O crescimento da demanda, segundo Derani, dependerá do grau de sofisticação do mercado. Os fabricantes trabalham com a perspectiva de melhora em 1997, mas o desempenho do segmento vai depender, principalmente, do fôlego da indústria para lançar produtos novos, que exijam uma oferta maior de papéis especiais.

Papel jornal

Euforia dos fascículos foi passageira

Passada a euforia dos fascículos iniciada em 1995, quando a maioria dos grandes jornais adotou uma estratégia de marketing mais agressiva, para aumentar a venda em banca, o segmento de papel imprensa caiu na realidade vivida em 1996, com uma redução de consumo estimada em 1,7%. O volume de papel consumido durante o ano foi 620 mil toneladas contra 631 mil toneladas em 1995.

A produção também sofreu uma queda de 3%, conforme informou Thomaz Lowenthal, gerente de vendas da Pisa - Papel Imprensa, uma das três fabricantes existentes no Brasil. No total, foram produzidas 256 mil toneladas em 1996, contra 264 mil toneladas em 1995.

Os grandes jornais e revistas demandaram 595 mil toneladas de papel imprensa durante o ano de 1996, o que representou uma redução de 14% em relação as 690 mil toneladas de 1995. A diferença entre a demanda e a oferta local foi coberta pelas importações que totalizaram 426 mil toneladas em 1996, contra 339 mil em 1995. Houve um acréscimo, portanto, de 20,4%.

O comportamento do mercado em 1996, segundo Lowenthal, foi ditado também pelo volume de papel que os compradores adquiriram em 1995, temendo que os preços aumentassem ainda mais. Como essa tendência não se confirmou em 1996, os compradores optaram por consumir o papel estocada, reduzindo as compras.

No mercado internacional, os resultados também não foram bons. Nos Estados Unidos, o preço do papel imprensa caiu de US\$ 750 a tonelada para US\$ 510, balizando as cotações em vários mercados. Diante disso, os fabricantes canadenses que cobrem mais de 60% das importações brasileiras de papel imprensa fizeram algumas paralisações durante o ano, deixando de produzir cerca de 800 mil toneladas.

Os fabricantes locais também adotaram algumas estratégias defensivas, a fim de enfrentar a ociosidade. A Klabin, segunda maior produtora de papel imprensa, alterou o perfil de uma de suas máquinas, com capacidade para 35 mil toneladas de papel imprensa, convertendo-a para produzir papel para embalagem.

Contudo, os fabricantes esperam dias melhores.



THOMAZ LOWENTHAL
“Os seis maiores jornais brasileiros, que representam 65% do consumo de papel de imprensa, planejam instalar novas rotativas, prevendo o aquecimento de seus negócios tanto na área publicitária quanto na editorial.”



DANTE RAMENZONI
“De acordo com as previsões, o mercado de papéis reciclados poderá crescer até 10% este ano. Para isto as empresas contam com a possibilidade de ampliar as exportações.”

Tomando-se como exemplo a série histórica relativa ao crescimento do setor, segundo Lowenthal, a demanda deverá crescer entre 5 e 7% este ano. Outro aspecto positivo é que os seis maiores jornais brasileiros, que representam 65% do mercado de consumo de papel imprensa, planejam instalar novas máquinas rotativas, prevendo o aquecimento de seus negócios, tanto na área publicitária quanto editorial.

Papéis reciclados

Previsões indicam crescimento de 10% em 97

O apelo ecológico, a larga escala de utilização e a onda de consumo foram os três principais fatores que garantiram resultados favoráveis ao segmento de papéis reciclados, em 1996. Os dados preliminares indicam que as empresas reciclaram cerca de 1,9 milhão de toneladas de aparas de papel, no ano passado, contra 1,8 milhão em 1995. A produção de papel reciclado foi de cerca de 1,6 milhão de toneladas, o que equívale a 27% da produção brasileira.

O mercado começou a reagir principalmente a partir do segundo trimestre de 1996, segundo o empresário Dante Emílio Ramenzoni, vice-presidente de Papéis Reciclados da ANFPC. Foi neste período que as vendas de papéis reciclados começaram a aumentar, seguindo a tendência verificada em outros segmentos da indústria, assegurando um nível de faturamento considerado bom pelos fabricantes.

O desempenho também se deve ao fato de que os papéis reciclados fazem parte de uma gama de produtos da indústria de papel, segundo Ramenzoni. Além dos sanitários, os reciclados estão presentes também em cartões e cartolina, nos papéis para imprimir e escrever, na embalagem em geral, principalmente caixas de papelão ondulado, em livros e cadernos.

De acordo com as previsões dos fabricantes, o segmento de papéis reciclados poderá crescer cerca de 10% este ano. Para isso, as empresas contam com a possibilidade, inclusive, de ampliar as exportações que hoje são dirigidas aos países do Mercosul, Europa, África, Oriente Médio, Estados Unidos e América Central. As caixas de papelão ondulado representam um dos principais itens da pauta.

Na opinião de Ramenzoni, presidente da Papyrus, o segmento tem muito espaço, ainda, para crescer no Brasil, considerando-se, principalmente, a evolução do consumo per capita de papel. Os dados mais recentes indicam que os brasileiros consomem algo em torno de 28 a 30 quilos de papel/ano. A Argentina, o Chile e o México consomem 42 kg/habitante.

De 1973 a 1994, segundo dados da Pulp and Paper International, a evolução do consumo per capita no Brasil apresentou uma variação anual de 1,4%. No mesmo período, o percentual no México chegou a 2,5%; no Chile, 2,9%. Na Argentina, a variação foi de apenas 0,4%.

Indústria gráfica luta por re

Com o parque industrial atualizado, preços competitivos e oferta de serviços com qualidade mundial, setor mobiliza-se por reformas econômicas que permitam a expansão.

Este ano o nível de investimentos em tecnologia e expansão do setor deve se manter, prevê o presidente da Abigraf.

A indústria gráfica brasileira converteu em 1996, em termos de papel nacional, 2,9 milhões de toneladas, dos tipos imprensa (268.000 t), de imprimir (945.000 t), de escrever (112.000 t), embalagem 1.000.000 t) e cartões (522.000 t). Esse volume representou 50% do total da produção brasileira de papel no exercício, que foi estimada em 5,8 milhões de toneladas.

Conforme dados da Abigraf -Associação Brasileira da Indústria Gráfica, do total de 945.000 toneladas de papel para impressão, foram transformados 5,7% de couchê, 31,2% de offset e 63,1% de outros tipos. Se for acrescentado o volume, em peso, do papel importado, teríamos um acréscimo de mais 35% no total convertido, considerando que a maior representatividade para essas importações é a de papel jornal. O consumo total de papel pela indústria gráfica, no ano passado, alcançou a marca de 4,5 milhões de toneladas. O faturamento global atingiu o montante de R\$ 6 bilhões, o mesmo montante do ano passado.

Max Schrappe, presidente da Abigraf, adianta que este ano e em futuro próximo, a performance “dependerá muito do sucesso e velocidade com que se processarão

as reformas modernizadoras da economia brasileira”. Para Schrappe, é difícil fazer uma estimativa “num ambiente econômico de incertezas, ainda permeado pelos juros mais altos do mundo, câmbio absolutamente irreal e custos excessivamente elevados para a produção”.

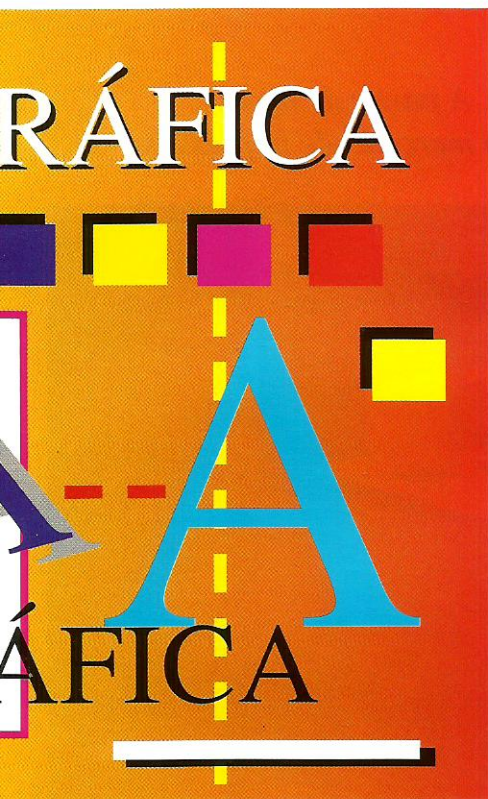
“O empresariado gráfico brasileiro, fará, em 97, o mesmo empenho que realizou em 96 no sentido de manter a competitividade de suas empresas”, enfatiza o presidente da Abigraf, comentando um dos maiores problemas enfrentados pelo setor que foi a perda de clientela para os concorrentes estrangeiros. “A melhoria da performance do setor passa, porém, pela eliminação dos entraves conjunturais da economia brasileira. Precisamos, a exemplo de todos os setores de atividades, de um câmbio mais realista, de juros menores, de

maior acesso ao crédito, da redução do Custo Brasil e de um sistema tributário mais justo e menos oneroso. Sem essas condições, que somente se tornarão possíveis com a revisão constitucional, torna-se muito difícil competir no cenário da economia globalizada.”

Garantindo que a Abigraf, está mobilizada, ao lado de outros segmentos, “numa ação cívica e democrática, no sentido de sensibilizar o Governo Federal e o Congresso para a urgência das reformas”, diz que o empresário gráfico brasileiro tem se mostrado corajoso e competente para enfrentar adversidades. Desde o advento do Plano Real, os investimentos da área somam US\$ 800 milhões por ano em atualização tecnológica, máquinas e equipamentos. As ações, em paralelo ao treinamento e formação de mão-de-obra, nivelam hoje a indústria grá-



formas para crescer em 97



MAX SCHRAPPE
“A Abrigraf está mobilizada para sensibilizar Governo e Congresso na urgência das reformas”

Concorrência externa tem 11,5% do mercado

fica brasileira às melhores do mundo.

Schrappe estima que este ano, apesar dos problemas enfrentados, o nível de investimentos deverá, “pelo menos, ser mantido, considerando que são oferecidos financiamentos no Exterior para esses investimentos, com juros baixos e prazos de até seis anos”.

ABIGRAF

Fundada em 1965, a Abigraf congrega 18 Abigraf regionais, às quais estão filiadas cerca de 4.000 indústrias editoriais e gráficas, entre as 14.753 existentes no país, sendo 6.105 empresas (41,38%) em São Paulo. A indústria gráfica brasileira emprega, 195.559 trabalhadores, sendo 84.199 no Estado de São Paulo (66.255 na região metropolitana). O setor representa 1,22% do PIB.

A concorrência externa manifesta-se de forma mais acentuada nos segmentos de livros e revistas, embalagens e impressos promocionais. “A contratação de serviços no Exterior representou, em média, no ano passado, evasão de 11,5% dos pedidos de clientes brasileiros”, informa o presidente da Abigraf, Max Schrappe.

Segundo ele, essa concorrência desigual é motivada pela política monetária de juros altos, escassez de crédito e âncora cambial.

Os números, de janeiro a setembro de 96, numa comparação com os 12 meses de 95, ilustram de forma clara o problema: No que diz respeito a jornais e revistas, o valor total dos produtos gráficos importados em 95, conforme dados fornecidos pelo DPPC/SECEX, foi de US\$ 74,3 milhões, com procedência dos Estados Unidos, Chile, Argentina, Espanha e outros países. De janeiro a setembro de 96, as importações foram de US\$ 67,8 milhões.

A importação de livros representou, em 95, um total de US\$ 154,2 milhões, provenientes dos Estados Unidos, Reino Unido, Chile, Colômbia e outros países, contra US\$ 124,6 milhões, de janeiro a setembro de 96.

Embalagens semi-rígidas de cartão atingiram, conforme os dados do DPPC/SECEX, valor de importações, em 95, correspondendo, a US\$ 9,1 milhões, sendo o fornecedor mais expressivo o Reino Unido. De janeiro a setembro de 96, as importações foram de US\$ 4,7 milhões.

Com relação aos rótulos, o total de produtos impressos no Exterior apresentou um montante de US\$ 23,7 milhões, em 95, correspondendo, no período de janeiro a setembro de 96, a US\$ 23,5 milhões. O principal fornecedor, em 95, foram os Estados Unidos, com 81,01% desse valor.

Finalmente, no que tange aos catálogos e impressos promocionais, o total de importações, em 95, foi de US\$ 15,4 milhões. De janeiro a setembro de 96, as importações foram de US\$ 10,3 milhões.

Líder em máquinas deve manter performance em 97

Não há previsão de grandes importações como em 95. A partir de agora, demanda por equipamentos acompanhará crescimento do mercado de impressos

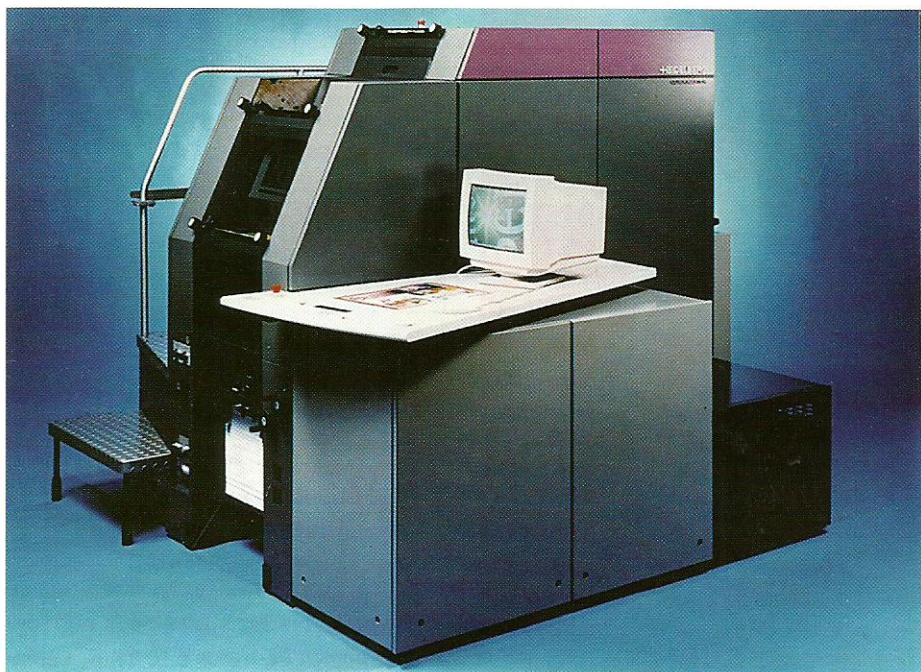
Pelo menos em um ponto 1996 foi bastante revelador para a Gutenberg Máquinas e Materiais Gráficos Ltda., líder no segmento de máquinas gráficas no Brasil e representante exclusivo da gigante alemã Heidelberg Druckmaschinen AG. Como conta o diretor da Gutenberg, Kai Hagenbuch, pela primeira vez, foi possível dimensionar a demanda real por máquinas gráficas no país. “Foi o ano da consolidação desse mercado”, define.

Embora não forneça números, Hagenbuch informa que, em 1996, o volume de vendas da empresa empatou com 1994. Quanto a 1995, ele o considera “atípico” pelo fato de representar o “pique das importações” de máquinas. A quantidade foi tal que alçou o Brasil à cobiçada posição de quinto mercado mundial para a Heidelberg.

O que isso significou? Para o diretor, a corrida por maquinário sofisticado foi um típico sintoma da ansiedade em superar a defasagem tecnológica, o que, evidentemente, faz a diferença num mundo globalizado. “O parque gráfico estava desatualizado. O que houve foi uma recuperação desse atraso, que já vinha sendo verificada em menor escala desde 1991, quando as gráficas iniciaram a importação de equipamentos avançados.”

De novo com os pés no chão, em 1997, o país deve consolidar seu lugar como um dos dez mais importantes mercados para o grupo alemão, antecipa Hagenbuch. “Achamos que vamos manter a mesma performance”, diz ele, vinculando, de agora em diante, o crescimento da procura por maquinário ao aumento da demanda por impressos, o que, por sua vez, está estreitamente ligado à situação político-econômica do país.

Com esse cenário ao fundo, o futuro da



A Quickmaster DI 46-4, que dispensa fotolito e processa a imagem do computador direto para a impressora: novidade mundial da Heidelberg, lançada ao mesmo tempo no Brasil

indústria gráfica brasileira parece bem definido para o diretor da Gutenberg. Na falta de um referencial para quantificar a procura por impressos, ele toma emprestado um parâmetro dos fabricantes de papel. Por exemplo, nos Estados Unidos, o consumo per capita de papel é de aproximadamente 330 kg/ano, enquanto no Brasil, em 96, foi estimado em 33,5 kg. Então, se o consumo de papel for multiplicado por dez nos próximos anos, é de se prever que o consumo de impressos também crescerá, provavelmente não na mesma proporção, e, em consequência, aumentará a demanda por máquinas. “Teoricamente, há um potencial enorme, mas isso só vai se concretizar quando a população tiver melhores condições de consumo, o que ainda não aconteceu”, pondera.

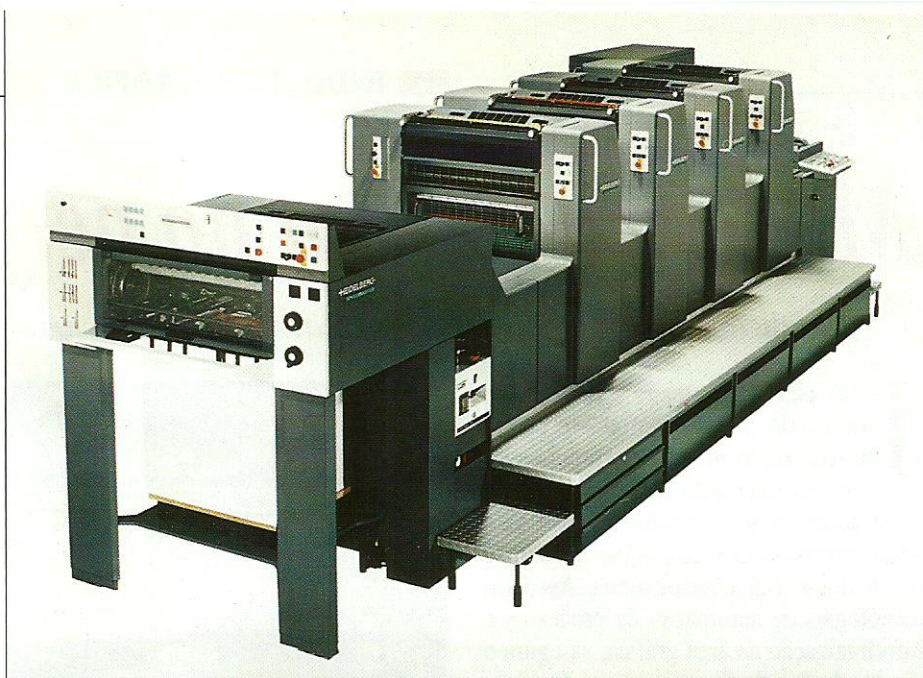
Hagenbuch observa, porém, que o pleno desenvolvimento do mercado gráfico não se limitará ao simples acionar de botões de máquinas ultra-avançadas e eficientes. “A indústria gráfica nacional terá que se tornar mais competitiva”, assinala. Para apoiar sua tese, reporta-se à pesquisa feita pela Heidelberg, que apontou ser de 3% ao ano a taxa prevista de crescimento do mercado mundial de impressos. Contudo, longe de indicar uma situação confortável, deverá ser uma dura batalha por espaço travada entre a mídia impressa e a eletrônica. A primeira, se quiser sobreviver, terá que se tornar mais competitiva, baixando custos, diz o diretor. “A mídia impressa tem que ser cada vez mais barata e isso só será possível com a integração dos processos produtivos, isto é, juntando-se pré-impressão, impressão e

acabamento. A integração desses processos fará com que as gráficas se tornem autênticas prestadoras de serviços”, enfatiza Hagenbuch.

Para ilustrar, ele cita dados de estudos realizados pela Heidelberg constatando que, atualmente, 70% dos investimentos em mídia vão para o meio impresso; no ano 2010, a previsão é de reviravolta, com a relação passando para 52% para a mídia eletrônica e 48% para o meio impresso.

Preparada para o desafio, a Heidelberg estabeleceu como meta tornar-se fornecedor de sistemas integrados, informa Hagenbuch. Recentemente, adquiriu o controle acionário da Linotype-Hell, líder mundial em pré-impressão, da Contiweb, fornecedor de porta-bobinas e de secadores para rotativas e da Sheridan, fornecedor de máquinas de acabamento.

Só para dar um exemplo do maquinário que está à disposição dos brasileiros através da Gutenberg, a empresa não perdeu tempo e pôs no mercado a última novidade da Heidelberg, a Quickmaster DI 46-4, com um revolucionário sistema que dispensa fotolito, do computador direto para a impressora. O mercado a que se destina é o de serviços a quatro cores e tiragens de 200 a 5.000 folhas, o chamado “short-run-color”.



Impressora Speedmaster 74-4, com capacidade para rodar 15 mil folhas/hora.

A Gutenberg atende desde a pequena gráfica, com cinco empregados, até a grande, com mais de 2.000. “Temos como oferecer a tecnologia adequada a cada caso”, assegura. A grande barreira, admite, tem sido a falta de mão-de-obra qualificada para operar máquinas sofisticadas.

Para superar esse obstáculo, a própria Gutenberg investiu na compra de máquinas para oferecer treinamento aos operadores dos seus clientes. As aulas são ministradas gratuitamente no show-room da empresa, no bairro de Campos Elíseos (centro

de São Paulo). “Temos os cursos há mais de um ano e quase toda semana há aulas com dez pessoas”, orgulha-se.

Faz dois anos que a empresa também investe grande parte de suas disponibilidades em assistência técnica. Em 1996, 30 técnicos embarcaram para a Alemanha para fazer cursos de aperfeiçoamento. Outro grande investimento foi feito no estoque de peças para equipamentos Heidelberg. Segundo Hagenbuch, a empresa já atende imediatamente de 85% a 90% da demanda por essas peças, a partir do estoque de São Paulo.

Fabricante de papel prevê exportações de produtos gráficos

“O país pode se tornar um grande exportador de produtos gráficos”, acredita o gerente de marketing da Divisão Promocional/Industrial da Cia. Suzano de Papel e Celulose, Albert Lifschitz. No seu entender, as condições para que isso ocorra já foram estabelecidas: “Houve renovação do parque gráfico, especialização e treinamento da mão-de-obra, além de enxugamento de custos”.

Ao fazer um balanço positivo de 1996, diz que durante o ano foi estabelecida “uma nova realidade de custos” para a indústria gráfica nacional. Quanto às importações, Lifschitz informa que, pelo menos no que toca a rótulos de cerveja, que respondeu por remessa expressiva de dólares aos Estados Unidos, a Suzano está desenvolvendo um

tipo especial de papel com essa finalidade, inédito no país, e que deverá ser lançado ainda este ano no mercado.

“Entendo que o fabricante da matéria-prima está cumprindo o seu papel. Oferecemos ao país um produto de nível internacional. O segmento de papel e celulose é altamente competitivo”, destaca.

Além de ser um dos mais importantes fornecedores para o segmento, a Suzano também inovou na prestação de um serviço especial, o Clube “Gente de Impressão”, que visa a difundir novos conhecimentos e experiências profissionais, além de divulgar notícias e tudo o que for de interesse para os gráficos em geral.

O Clube possui uma central de atendimento, com chamada grátis (tel. 0800-14-

2112). Existe um boletim distribuído também sem ônus, que começou a circular no final do ano passado, e, pela Internet (<http://www.suzano.com.br>), há muito mais informações.

Ao se inscrever, o sócio recebe um diploma e uma carteirinha dando direito a participar de todos os eventos promovidos pela companhia voltados para a área gráfica. “É um investimento a longo prazo que auxilia na formação de mão-de-obra”, diz Lifschitz.

Outro objetivo da empresa é formar um banco de dados com clientes e não-clientes. No início de dezembro, estavam cadastrados 2.000 gráficas. A previsão é chegar a 5.000 este ano. Paralelamente às gráficas, o clube busca cadastrar individualmente os impressores.

Mudança radical no perfil do gráfico

Atualização técnico-científica é palavra-chave no currículo do profissional do setor

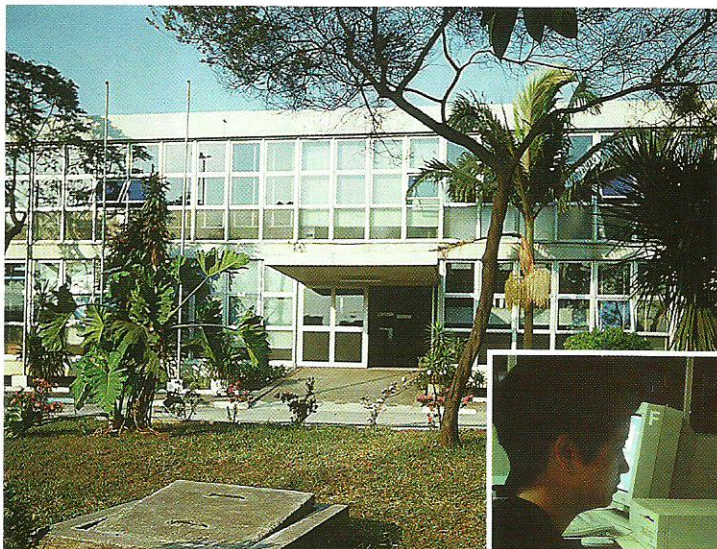
Já faz parte do passado a imagem do gráfico do início do processo de industrialização no país, com pouco ou nenhum conhecimento técnico-científico. Hoje, ao contrário, o mínimo que se espera desse profissional é que fique à vontade diante dos novos recursos oferecidos pelas tecnologias de automação de processos e informatização na área gráfica, assegura o diretor da Escola Senai de Artes Gráficas Theobaldo De Nigris, Manoel Manteigas de Oliveira.

“As técnicas usadas atualmente exigem um conhecimento das disciplinas técnico-científicas (matemática, física, química) pelo menos em nível de segundo grau”. “Além disso, também é fundamental a habilidade de compreender e redigir textos em português, para sistematização de processos e procedimentos. É indispensável ainda a capacidade de compreensão de textos técnicos em inglês e espanhol e, ainda, um conhecimento mínimo de informática para uso geral”, completa Manteigas.

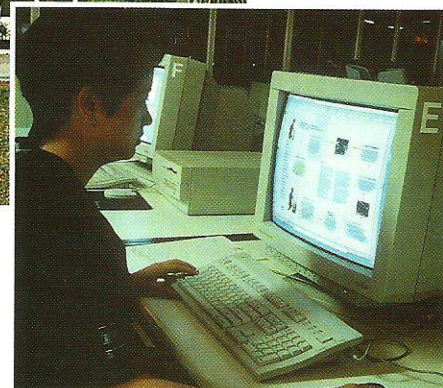
A renovação tecnológica tem sido tão intensa que a formação da mão-de-obra não está acompanhando com o mesmo fôlego. Tanto é verdade que o próprio diretor da Escola admite que o mercado sente falta de profissionais com a qualificação necessária. Todo ano, a escola do Senai forma 250 técnicos. Mas é pouco.

O curso “Técnico em Artes Gráficas” inclui disciplinas tecnológicas que cobrem as áreas de pré-impressão, impressão offset, impressão em flexografia, impressão em rotogravura, acabamento editorial e de embalagem semi-rígidas.

Após um período de estudos na escola, o aluno deve fazer um estágio supervisionado, de 900 horas, em empresas do setor gráfico ou afins. “Embora não haja obrigatoriedade de pagamento nessa fase, uma vez que o estágio não caracteriza vínculo empregatício, praticamente todos os alunos egressos da escola recebem das empresas para as quais são encaminhados, uma bolsa-auxílio de, em média, R\$ 340”, relata o diretor. Terminado o período de estágio, “os alunos têm sido efetivados com valores que variam de R\$ 500 a R\$ 1.000, em média.”



A Escola Senai de Artes Gráficas Theobaldo De Nigris forma, anualmente, 250 técnicos em Artes Gráficas.



Ele ainda acrescenta que a escola tem recebido ofertas de vagas de estágio na proporção de duas vagas para cada aluno egresso dos cursos técnicos.

Para Manteigas, o futuro do gráfico é muito promissor. “Em primeiro lugar, o potencial de crescimento para produtos gráficos no Brasil é enorme. À medida que o país começa a deslanchar na direção de um aumento do poder aquisitivo das classes mais desfavorecidas é de se prever um aumento significativo na demanda por embalagens, produtos editoriais e promocionais.”

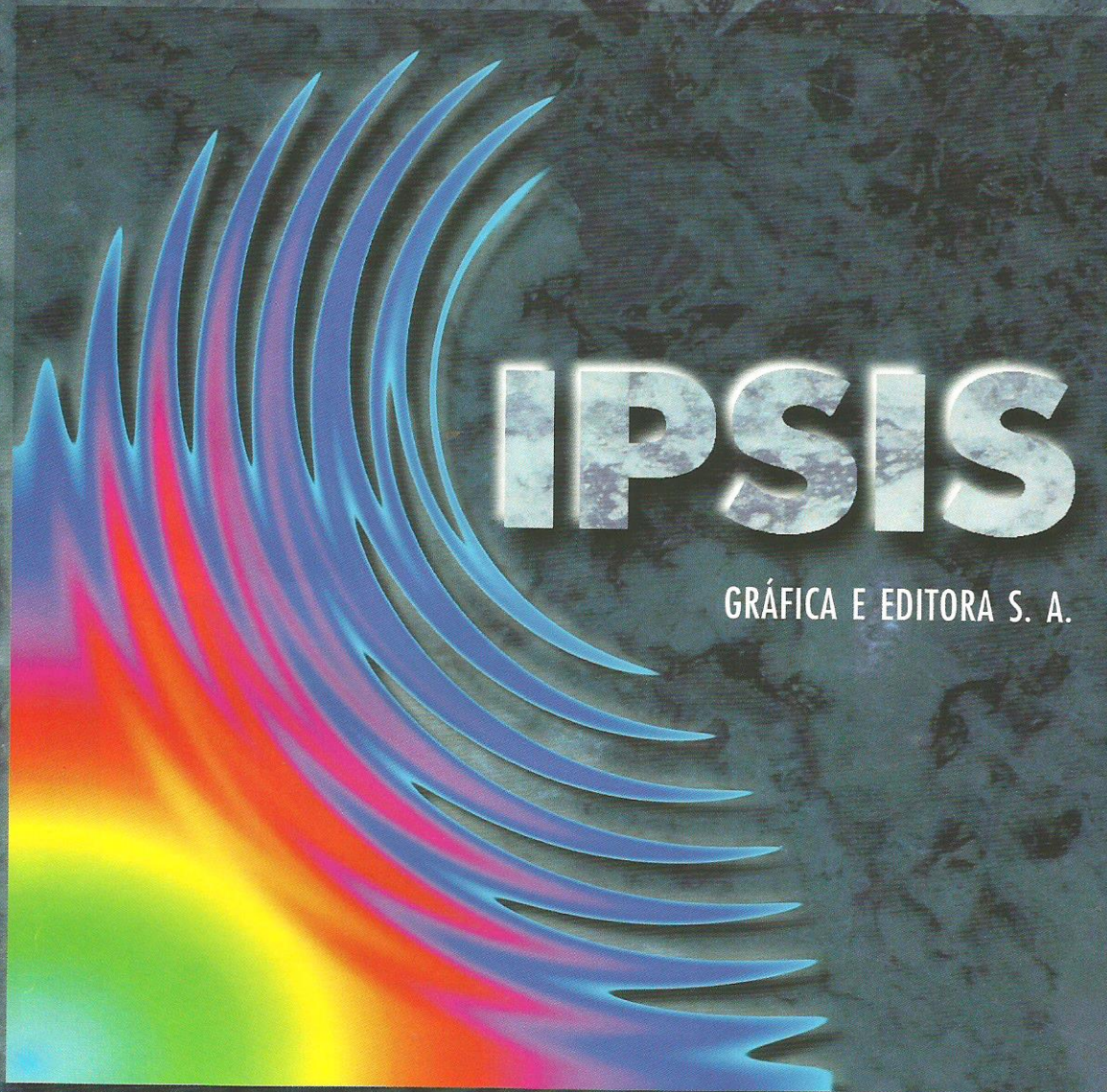
A Escola Senai, fundada há meio século, é a única a formar trabalhadores técnicos para a indústria gráfica em nível de segundo grau, em caráter regular, informa Manteigas. Segundo ele, existem várias outras instituições que dão algum tipo de formação, mas nenhuma delas além do Senai, conta com uma infra-estrutura capaz de cobrir praticamente todas as áreas tecnológicas do segmento.

O corpo docente e para assistência técnica, por sua vez, é formado por uma equipe de técnicos com formação e experiência no setor gráfico e muitos com cursos de especialização no exterior. Outra vantagem é a escola manter parceria com vários fornecedores de equipamentos e tecnologia, o que possibilita manter o grau de atualização com os avanços mais recentes.

Mesmo com todo o potencial da indús-

tria gráfica, existe uma lacuna crônica de recursos. Como informa Manoel Manteigas, os custos para formação desses profissionais são “lamentavelmente bastante elevados”. “O Estado não tem feito, até onde eu tenha conhecimento, nenhum investimento na área. As indústrias, através do recolhimento compulsório ao Senai, incidente sobre a folha de pagamentos, têm carreado dinheiro para esses programas. Mas esses recursos vêm diminuindo sensivelmente em função de uma série de fatores ligados à economia nacional e a recentes mudanças na forma de tributação das microempresas.”

No que diz respeito às reivindicações dos educadores da área, Manteigas dá sua opinião pessoal. Ele defende um programa urgente de grandes investimentos, por parte do governo, na educação geral profissionalizante. “Vejo a educação como o fator mais importante para se garantir que o Brasil venha a ter um lugar entre os países desenvolvidos e ser capaz de crescer continuamente, atendendo não só o aumento da população, mas também resgatando a massa de brasileiros que se encontram hoje abaixo da linha de pobreza.”



GRÁFICA E EDITORA S. A.

ATENDIMENTO COM QUALIDADE TOTAL

REVISTAS
FOLHETOS
CATÁLOGOS
JORNALIS
MANUAIS
LIVROS

RUA DR. LÍCIO DE MIRANDA, 451 - FONE: (011) 272-0511 - FAX: (011) 273-1557

ARACRUZ alcança maturidade para novos projetos

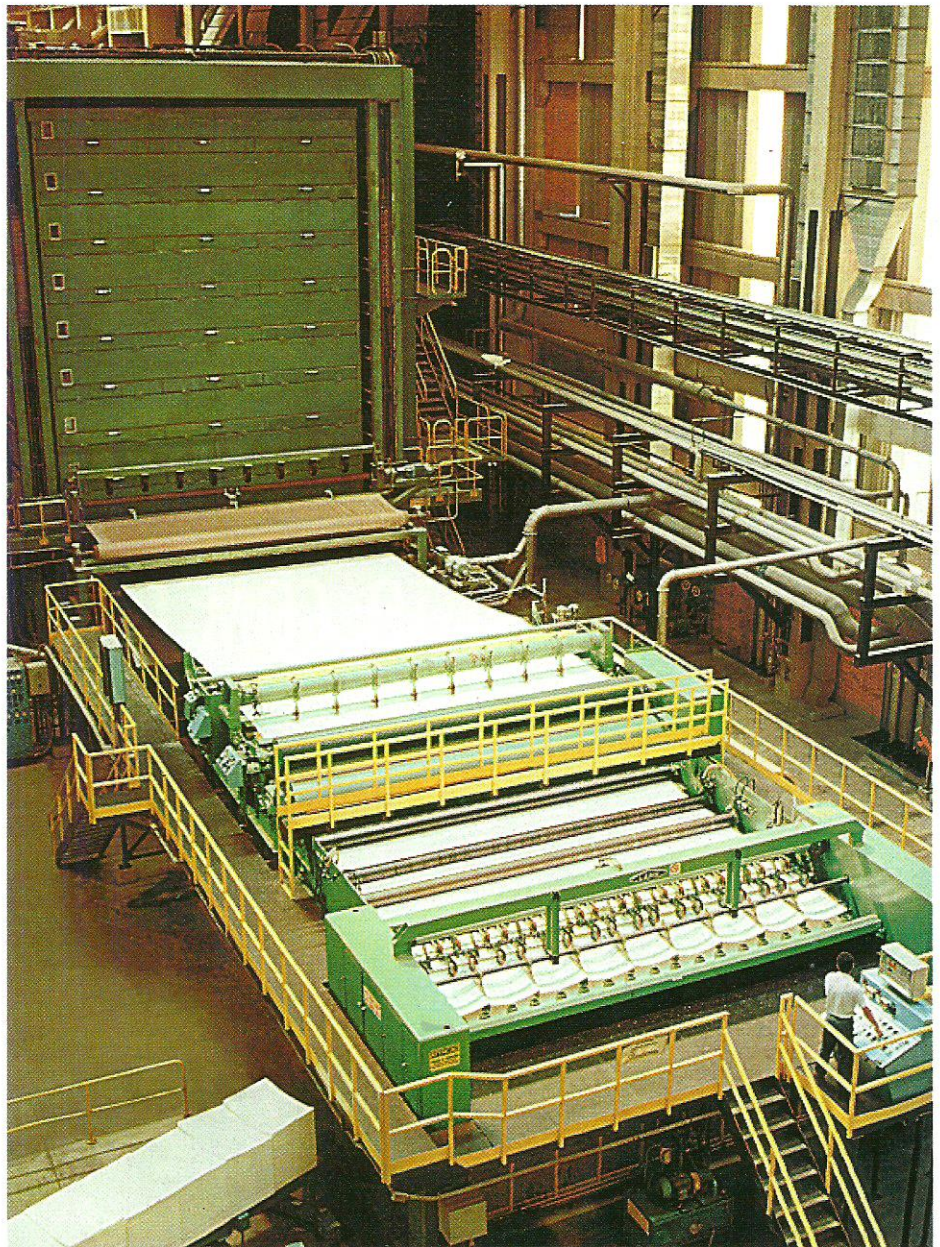
Sílvia Pimentel

Ao completar 30 anos, a Aracruz está concluindo com sucesso um programa de modernização da ordem de US\$ 300 milhões e planeja dar início à produção de sólidos de madeira.

Em 1967, a idéia proposta por Eliezer Batista ao então empresário da área de navegação Erling Lorentzen de levar cavacos de madeira nos mesmos navios que transportavam minério de ferro para o Japão, esbarrava em dois problemas: a contaminação da madeira pela poeira do ferro e a necessidade de navios maiores. Por que não industrializar a madeira aqui no Brasil? A ousadia foi do empreendedor Lorentzen. Assim nascia a Aracruz Celulose, que está completando 30 anos preparada para alçar novos vôos.

Principal produtora mundial de celulose de eucalipto - responde por 21% da oferta global do produto -, a Aracruz, em 97, estará concluindo seu projeto de modernização, que está demandando investimentos da ordem de US\$ 300 milhões, dos quais US\$ 160 milhões já comprometidos.

Com previsão para ser completamente implementado no final deste ano, o programa visa modernizar as duas unidades de produção da empresa, melhorar ainda mais a performance ambiental e aumentar em 200 mil toneladas anuais a capacidade de produção. "A capacidade da fábrica vai



A Aracruz produzirá 1.250 mil toneladas/ano de celulose de eucalipto.

atingir 1.250 mil toneladas/ano. O projeto permitirá, ainda, boa redução de custos e a empresa estará apta para produzir 100% de celulose branqueada sem cloro elementar (ECF), nem compostos de cloro (TCF)", adianta o vice-presidente e diretor industrial da Aracruz, Carlos Augusto Aguiar.

Serraria

Além disso, estão entre os planos da Aracruz a viabilização de um novo projeto (US\$ 45 milhões), voltado para a implantação de uma unidade para a produção de madeira serrada. O nome da empresa que formará a joint-venture com a Aracruz ainda não pode ser revelado. Mas o diretor presidente Luiz Kaufmann adianta que será uma empresa americana com know-how na área e que a fábrica deverá ser construída no Sul da Bahia.

A futura serraria da Aracruz otimizará os recursos florestais da empresa e cerca de 50% da produção será vendida no mercado externo, principalmente Estados Unidos, Ásia e Europa. "Será um aproveitamento integrado da floresta. As árvores com características mais adequadas em termos de diâmetro vão para a serraria e a outra parte para a fábrica de celulose", explica Kaufmann.

Aquisição esperada

Atenta às novas oportunidades de negócios, a Aracruz está acompanhando de perto a privatização da Vale do Rio Doce, tanto que já frequentou o data-room do BNDES, e não esconde o seu interesse pela Cenibra. Segundo Kaufmann, as iniciati-



*Carlos Aguiar garante
que a Aracruz
estará pronta para
produzir 100% de
celulose branqueada sem
cloro elementar*

vas da empresa dependerão de como evoluir a privatização da Vale, que detém 51% do capital da empresa. "Ainda não definimos se valerá a pena participar ou não de um consórcio. Mas, até lá estaremos preparados para tomar uma decisão", conclui.

Resultados razoáveis

"A situação do setor de celulose e papel hoje é mais favorável do que era há alguns meses. Já houve uma redução dos estoques mundiais, embora ainda continuem altos, e a demanda por papel está boa", analisa Kaufmann. Ele prevê que a demanda deverá crescer em 97, principalmente pela sinalização de uma "boa" situação econô-

mica mundial.

A Aracruz fechou o exercício de 1996 com lucro líquido de R\$ 79 milhões, resultado obtido, segundo Kaufmann, graças à redução nos custos de produção e aumento nas exportações. A produção de celulose, no ano passado, bateu um recorde histórico, totalizando 1.080 mil toneladas, superando em 3,6% o volume produzido em 95 (1.042 mil toneladas). As vendas tiveram um crescimento de 12%, alcançando 1.101 mil toneladas, contra 983 mil toneladas comercializadas em 95. "O nosso desempenho em 1996 demonstrou a capacidade da Aracruz de enfrentar a ciclo de baixa da celulose", acrescentou Kaufmann.

Pioneirismo

Investimentos contínuos em pesquisas florestais, aliados a sua estratégia de diversificar geograficamente os seus mercados e identificar nichos onde a fibra agregasse maior valor ao cliente contribuíram para a posição de liderança da Aracruz no mercado de celulose de eucalipto. "Demonstramos que a fibra de eucalipto tinha excelentes propriedades para a fabricação de papel, com características extremamente importantes como opacidade, formação da folha e *bulk*, a um custo bem menor", lembra o diretor comercial João Felipe Carsalade.

Na época, a fibra de eucalipto era utilizada como um "filler" ou complemento para a fabricação de papel, de menor valor. "No início, não estávamos apenas interessados em vender nosso produto, mas entender e avaliar as qualidades intrínse-

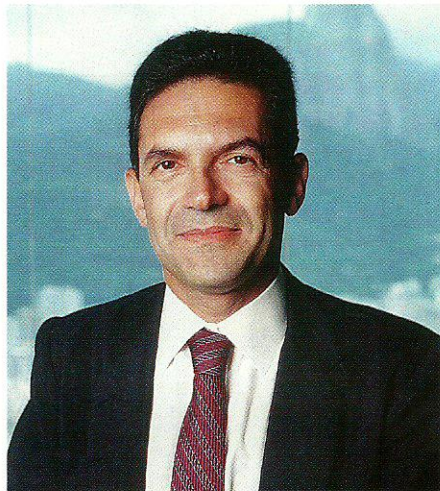
cas da fibra e estabelecer quais nichos de mercado em que ela se adaptaria melhor e pudesse agregar maior valor ao produto final”, complementa Carsalade.

Além de estar sempre em busca de novos mercados, a Aracruz estabeleceu como prioridades a manutenção de relacionamentos de longo prazo, com contratos regulares, e um complexo sistema de distribuição de vendas como forma de minimizar as variações que podem ocorrer no setor.

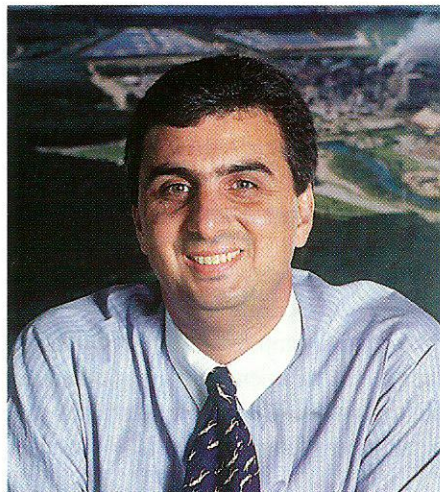
Assim, para aprimorar ainda mais o nível de serviços prestados aos clientes da Europa e América do Norte, a Aracruz inaugurou, em 1995, escritórios regionais de vendas em Nyon, na Suíça, que atende aos clientes do Mercado Comum Europeu, e em Raleigh, na Carolina do Norte (EUA), responsável pelas vendas na América do Norte e Ásia. “Trata-se de um sistema de logística sofisticado em que colocamos o produto na fábrica do cliente da forma mais econômica e eficiente possível”, explica.

Portocel é duplicado

Outro investimento realizado pela Aracruz recentemente foi para duplicar a capacidade do Portocel - uma associação entre a Aracruz e a Cenibra -, o maior terminal portuário do Brasil especializado no manuseio e embarque de celulose, inaugurado em 1985 e que já estava operando no seu limite. A Aracruz, que detém 51% do porto, desembolsou cerca de US\$ 8 milhões para atender às suas necessidades de exportações projetadas para a próxima década. “A duplicação nos permite, agora, atracar e operar dois navios simultaneamente”, detalha João Felipe.



Kaufmann: a serraria otimizará os recursos florestais da Aracruz com a utilização de árvores mais adequadas em termos de tamanho.



João Felipe: a fibra de eucalipto tem excelentes propriedades, com vantagens como opacidade e formação da folha.

Concepção integrada

As atividades florestais da empresa, no município de Aracruz, no Espírito Santo, tiveram início com a aquisição de dez mil hectares de áreas desmatadas de proprietários privados. Como resultado, o Espírito Santo ampliou sua participação no Produto Interno Bruto nacional de 1,1% em 1959 para cerca de 2% em 1994, tornando-se em 95 o quinto maior exportador brasileiro, com receitas cambiais de US\$ 2,7 bilhões, dos quais US\$ 750 milhões corresponderam às exportações de celulose da Aracruz. Assim, a companhia injeta mais de R\$ 200 milhões anualmente na economia do estado capixaba e emprega cerca de 2.700 pessoas diretamente e 2.500 indiretamente.

Desde o início, o Projeto Aracruz é uma concepção integrada que envolve florestas de eucalipto, fábrica de celulose e porto próprio, distante apenas 1,5 quilômetro da fábrica. “A primeira unidade industrial, a fábrica A, entrou em operação em setembro de 1978 com capacidade original para 400 mil toneladas anuais, passando para 500 mil toneladas por meio de desgargalamentos e melhorias no processo industrial”, lembra o vice-presidente Carlos Aguiar.

A segunda unidade, chamada fábrica B, iniciou suas atividades em março de 1991, com capacidade para 525 mil toneladas/ano. Segundo Aguiar, esta duplicação foi motivada pela demanda do mercado e a maior disponibilidade de madeira proporcionada pelos ganhos de produtividade florestal. Hoje, o complexo industrial tem capacidade instalada para produzir 1.025 mil toneladas

de celulose por ano. A empresa exporta cerca de 35% da produção para a Europa, 35% para os Estados Unidos, 25% para a Ásia e o restante para América Latina.

Manejo sustentável

Os plantios da Aracruz obedecem a conceitos de manejo florestal sustentável. As florestas nativas não são utilizadas para a produção de celulose nem para nenhum outro fim, mas conservadas em áreas próprias.

Os plantios próprios totalizam 132 mil hectares - 83 mil no Espírito Santo e 49 mil na Bahia. Da área remanescente, 57 mil hectares são ocupados por reservas nativas, mantidas como áreas de preservação permanente.

Três fatores asseguram a competitividade da Aracruz na atividade florestal: utilização de material genético de alta



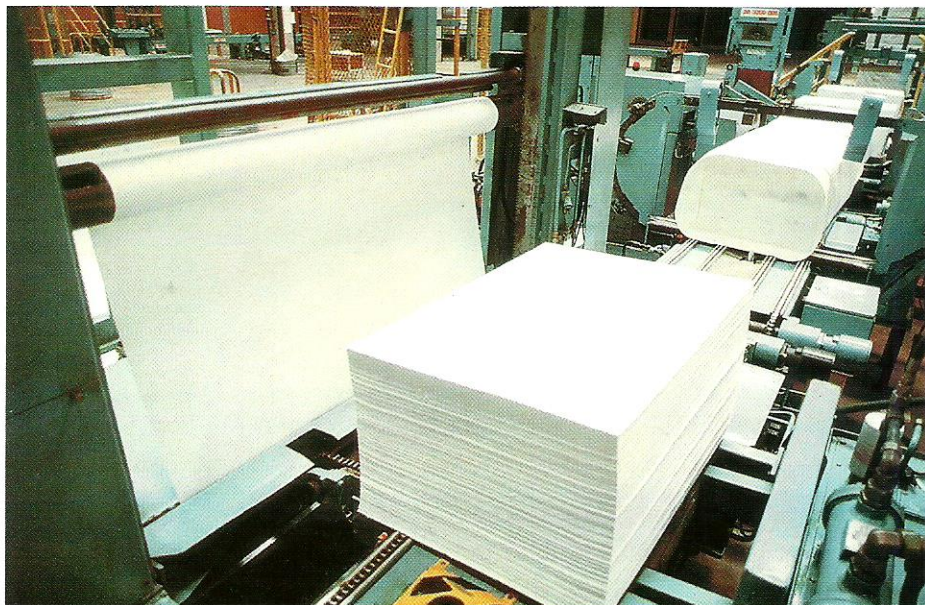
Portocel: agora tem capacidade para operar dois navios simultaneamente

produtividade e qualidade da madeira, uso de moderna tecnologia para manutenção da capacidade de produção dos plantios e elevado índice de mecanização das operações. Para garantir a alta produtividade dos plantios é empregada a técnica de propagação vegetativa, que utiliza parte das plantas em vez de sementes, conservando toda a informação genética

da árvore-matriz. “O projeto de mecanização da colheita, além de reduzir custos, promove substancial aumento da produtividade de mão-de-obra e assegura melhores condições de trabalho no campo”, garante Carlos Aguiar.

As técnicas utilizadas pela Aracruz e seu pioneirismo em plantios híbridos valeram à empresa, em 1984, o Prêmio Marcus Wallenberg, da fundação sueca de mesmo nome. Em 1991, por seus trabalhos na área florestal, a empresa foi distinguida com o XIII Prêmio de Tecnologia do Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo.

A partir de 1994, a Aracruz vem monitorando as condições hídricas nos solos de suas propriedades. Além disso, para investigar mais a fundo esta questão, está desenvolvendo uma pesquisa, com o apoio de várias universidades e instituições brasileiras, destinada a avaliar a relação entre os plantios de eucalipto e os recursos hídricos ao longo de um ciclo de corte. A pesquisa está sendo realizada em uma microbacia de 280 hectares, localizada em propriedade da empresa e ocupada com plantios de eucalipto e reservas nativas.



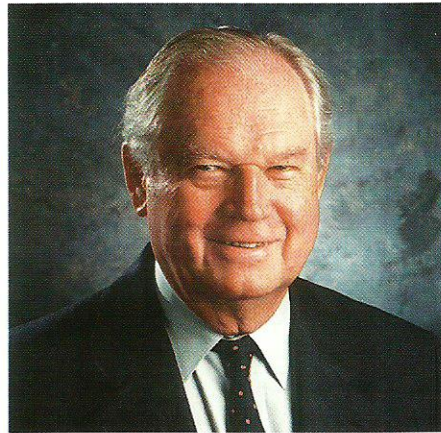
Após a secagem e corte, a celulose segue para o enfardamento

Lorentzen divulga estudo sobre a indústria de papel e celulose

“Temos de reconhecer que o mercado, atualmente, está fraco devido ao preço da celulose. Isso obviamente influenciou no resultado da empresa. Mas a Aracruz é uma das companhias de celulose de menor custo e sempre conseguirá conviver bem com os ciclos de preços”.

A afirmação é de Erling Sven Lorentzen, presidente do Conselho da Aracruz, que atribui o sucesso do empreendimento a três fatores básicos: plantios de florestas de rápido crescimento e planejados de forma sustentável, produção em larga escala e porto próprio, especializado em celulose.

Aracruz à parte, Lorentzen, no momento, está empenhado em cumprir uma missão especial: divulgar nos quatro cantos do planeta o estudo “The Sustainable Paper Cycle”, um trabalho global e totalmente independente que analisa a indústria de papel e celulose desde as florestas até o



Lorentzen: As ONGs estão reconhecendo que se trata de um estudo independente, que eleva o nível de debate sobre o tema

uso e descarte do papel sob o ponto de vista do desenvolvimento sustentável.

A proposta partiu do próprio Lorentzen para o World Business Council for Sustainable Development, que então contratou o International Institute for Environment and Development para realizar o estudo, que teve duração de dois anos e custou US\$ 2,5 milhões. Os recursos foram fornecidos por empresas com sede em cinco diferentes continentes, instituições acadêmicas, governos e agências internacionais, como a International Finance Corporation (IFC) e a União Européia.

Dentro deste esforço, Lorentzen já fez apresentações do estudo em quase todas as principais capitais mundiais. “As ONGs estão reconhecendo que se trata de um estudo totalmente independente que eleva o nível de debate sobre o tema, com benefícios para todas as partes envolvidas”, enfatiza.

RADIOGRAFIA DA ARACRUZ CELULOSE

Produto: celulose branqueada de eucalipto de mercado

Início das atividades florestais: os primeiros plantios de eucalipto se iniciaram em novembro de 1967

Localização: Fábrica - município de Aracruz (ES)
Florestas - norte do Espírito Santo e sul da Bahia

Florestas - 203 mil hectares de terras, dos quais 132 mil plantados com eucalipto e 57 mil de reservas nativas.

Sócios: Grupos Lorentzen, Mondi Minorco Paper e Safra, com 28% do capital votante cada um, cabendo ao BNDES uma participação de 12,5%.

Funcionários: 2.800 funcionários diretos e 2.500 indiretos através de serviços terceirizados.

Capacidade de produção - 1.025.000 toneladas/ano

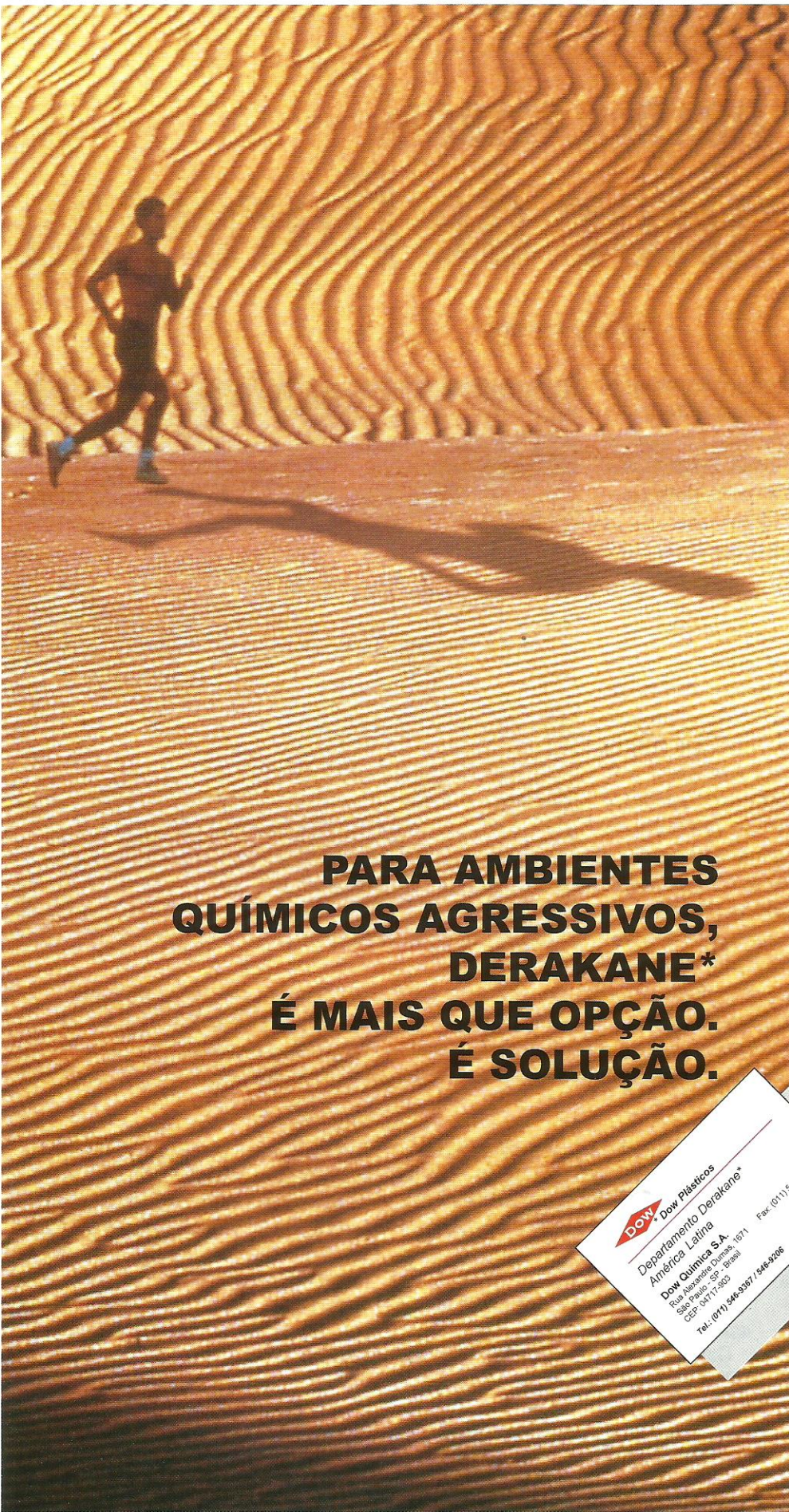
Destino da produção: 35% - Europa;
35% - Estados Unidos;
25% - Ásia
Restante - Brasil e América Latina

Produção 1996 - 1.080 mil toneladas

Lucro líquido 1996 - R\$ 79 milhões

Investimentos recentes - US\$ 300 milhões no projeto de modernização, com previsão para ser concluído no último trimestre de 1997 e US\$ 8 milhões na duplicação do Portocel.

Futura capacidade de produção - 1.250.000 toneladas/ano



**PARA AMBIENTES
QUÍMICOS AGRESSIVOS,
DERAKANE*
É MAIS QUE OPÇÃO.
É SOLUÇÃO.**

É em ambientes químicos agressivos que Derakane* mais se sente à vontade. Isso há mais de 20 anos só no Brasil, atendendo às necessidades de todos os segmentos industriais em que a manutenção em áreas sujeitas à corrosão representa custo real - e nos mais variados equipamentos e estágios do processo.

Como substituto para o aço inox, aço carbono e outros materiais tradicionais, a resina éster-vinílica Derakane*, somada ao *fiberglass*, representa a mais perfeita opção em plástico reforçado, com vantagens de superioridade em resistência química, vida útil do equipamento e custo, tanto a curto como a longo prazo.

E mais: recorte o nosso cartão de visita e deixe-o sempre à mão, pois ligando diretamente para a Dow ou para o distribuidor mais próximo, você receberá o Manual de Engenharia e Resistência Química de Derakane* e todo o apoio para especificar a melhor solução para a sua necessidade.

Absolutamente sem custo.

Conheça de perto a opção que é solução.



R E S I N A S
DERAKANE*

TECNOLOGIA VENCENDO A CORROSÃO



* Dow Plásticos

ODAIR A. GARCIA

O agricultor de florestas

Ana Lúcia Ventorim

É possível conciliar sucesso na carreira com uma vida intensa junto a família e amigos? Para a maioria dos executivos, excessivas horas de trabalho e poucas de convivência familiar fazem parte da profissão. Odair Alonso Garcia, presidente da Champion, não faz parte deste coro. Seu vício é refugiar-se em seu haras ou jogar tênis com os companheiros. “Nos finais de semana meu negócio não tem nada a ver com celulose e papel, tem mais a ver com abobrinha e coqueira”, diverte-se.

É difícil falar da sua vida sem mencionar a Champion. Afinal, são 36 anos de “parceria”, onde Garcia percorreu o melhor caminho que um profissional poderia trilhar. De auxiliar administrativo chegou ao patamar mais alto de uma das maiores empresas do setor, sem deixar de lado hábitos tradicionais como o famoso jantar junto à família.

Mas que não se enganem os que conhecem apenas o Odair de temperamento afável, que delega tarefas, ouve idéias. Ele encarna o líder linha dura quando os negócios não andam como espera: “A direção dos ventos nas empresas é a direção dos resultados, e eu reajo muito fácil a resultados negativos e positivos”, avisa. Aproveitar as oportunidades, aprender com os mais experientes e valer-se de uma visão “estratégica” peculiar foram os ingredientes para que este economista de Pederneiras chegasse onde está.

Com bastante senso de humor, o corintiano Odair Garcia conta um pouco de sua trajetória na Champion, sua expectativa com relação ao mercado e o encantamento que tem pelas florestas, as quais visita sempre que possível e onde aposta estar o crescimento do setor. “No Brasil, somos agricultores de florestas e a Champion é o maior deles”, orgulha-se.



Celulose & Papel - A Champion foi o seu primeiro emprego. O que fazia?

Odair Alonso Garcia - Eu tinha 18 anos e comecei em janeiro de 1961, no departamento Pessoal, fazendo o IAPI. Não existia nada mais simples na companhia naquela época.

C&P - E a opção pela economia, já estava nos seus planos?

Garcia - Não, não estava. Em 1964, eu era analista de custos e me disseram para que fizesse uma faculdade. Comecei a estudar economia em São João da Boa Vista. Fiquei nesta área até 72, quando fui chefiar o novo departamento de Planeja-

mento e de Negócios. Depois fiz um curso de especialização na Universidade de Michigan. Em 1980 o doutor Ronaldo me convidou a ser diretor de Materiais e de Planejamento.

C&P - Do primeiro cargo à diretoria atuou em muitas áreas?

Garcia - Durante todo esse tempo eu trabalhei na área financeira, de materiais, de compras e cheguei à diretoria, com 37 anos, um dos diretores mais jovens da companhia. Na época, voltei aos Estados Unidos e fiquei 70 dias na universidade de Columbia, em Nova Iorque, fazendo um curso de gerenciamento internacional.

Uma das coisas que eu pensava e o doutor Ronaldo também é que a Champion tinha de se internacionalizar. Quando voltei assumi a área de vendas, fizemos um trabalho de aprofundamento do comércio internacional e passamos a exportar para mais de 50 países. Foi aí que a Champion chegou a exportar 50% de sua produção. A empresa até então exportava para a América do Sul. Hoje a Champion é reconhecida como uma grande exportadora. Eu participei de todo esse desenvolvimento.

C&P - O senhor acha que este é um dos pontos fortes da sua carreira na Champion?

Garcia - Acho que foi o que me ajudou muito a vir até aqui. Começou em 1972, com a área de Planejamento Estratégico.

C&P - Outro de seus feitos na direção da Champion foi a diversificação?

Garcia - É, nós compramos a Amcel, no Amapá, no final do ano, para a integração da nossa empresa na área de produtos florestais. A idéia do Amapá é de exportação de madeira para o Japão, Estados Unidos e Europa. Quem tem condição de produzir uma árvore em seis anos não pode perder essa oportunidade. Está lutando com quem leva 60 anos. Aqui somos agricultores das florestas e a Champion é o maior agricultor brasileiro de florestas. Plantamos, em 96, 20 mil hectares. Isso correspondeu na área de plantio novo entre US\$ 20 e US\$ 25 de investimentos.

C&P - Como está a implantação da floresta no Mato Grosso do Sul?

Garcia - Isto é o grande sonho da Champion. Nós estamos trabalhando desde 1988 na constituição dessa floresta. Temos 82 mil hectares de terras ao redor de Três Lagoas e deveremos reflorestar até 1998 o permitido, que vai ser 60 mil hectares, o suficiente para rodar uma fábrica de 1.200/1.500 toneladas por dia. A aprovação que nós temos da matriz é para continuar o trabalho de reflorestamento e estamos revisando nosso projeto de engenharia para a fábrica. Não temos nenhuma aprovação definitiva de início de obras.

C&P - O senhor é um grande incentivador de florestas, não?

Garcia - Uma coisa que surpreende algumas pessoas dentro da Champion é que sou o primeiro presidente e diretor executivo economista, mas sou um dos maiores incentivadores da área florestal. Tenho certeza que sou o que mais anda na floresta. Quando tenho um tempinho no escritório eu pego meu carro e vou andar nas florestas da Champion. E é uma coisa que quebra muito a minha atividade. O problema ali é besourinho, formiga etc...

C&P - Dizem que é uma pessoa que gosta de receber idéias, delega tarefas, mas que também é linha dura quando os resultados não saem como espera. É verdade?

Garcia - É verdade. Sou talvez um dos diretores executivos da companhia mais flexíveis, mas sou um daqueles que mais entende a direção do vento. E a direção do vento numa empresa é a dos resultados. Reajo muito fácil a resultados positivos e negativos. E acredito muito no treinamento de pessoas dentro da empresa. A Champion está investindo, desde que eu assumi a diretoria executiva, US\$ 1,5 milhão por ano em treinamento de trainees e estagiários. Desse grupo é que virão as pessoas que vão conduzir a empresa no próximo século.

C&P - A Champion tem a característica de ter funcionários que trabalham muito tempo, não?

Garcia - Tem pela própria região. Eu, por exemplo, fui o primeiro diretor da empresa que residia numa cidade pequena como Mogi Mirim. Quando assumi me disseram: "Isso nunca aconteceu aqui. O pessoal vai ficar em cima de você". Mas eu enrolei, virei pre-

“A Champion está investindo US\$1,5 milhão por ano em treinamento de estagiários. Desse grupo virão as pessoas que vão conduzir a empresa no próximo século.”

sidente e continuo lá. Para você ficar trinta anos numa companhia precisa realmente gostar da empresa e ter um pouco de sorte. Não é sorte no sentido de que as coisas corram bem para você, mas ter do teu lado pessoas que abram as portas para você passar. Eu tive colegas talentosos, melhores formados, mas que infelizmente deixaram a companhia. A minha maior bandeira na Champion hoje é abrir as portas para os jovens.

C&P - Na sua opinião, qual a missão de uma alta administração?

Garcia - É conduzir a companhia para o desenvolvimento futuro. Ninguém pode, no mundo dos negócios, imaginar que vai ser do mesmo tamanho, ter a mesma estrutura, poder vender os mesmos produtos e atender os mesmos clientes nos próximos cinco anos. Quem tem esta visão já parou. Quem administra a empresa tem de ter um pé no presente e os dois olhos no futuro. A minha missão na Champion é exatamente essa, cuidar do dia-a-dia, que é essencial, e

perder talvez metade do meu tempo pensando como nós vamos estratificar essa companhia para o futuro.

C&P - Quais são as perspectivas do setor de celulose e papel?

Garcia - Duas coisas me marcam. Acho otimista e positivo quando vejo essas pesquisas de crescimento e investimento para os próximos dez anos, de US\$ 10 bilhões. Mas tenho uma visão preocupante, porque eu começo a olhar as empresas que querem crescer e não vejo tantas companhias plantando árvores como a Champion. Parece-me que muitos executivos da área de papel e celulose talvez estão mais preocupados com aquisições, *joint ventures*, do que ir para a floresta plantar eucalipto. Mas o crescimento, o desenvolvimento do setor de papel e celulose é uma coisa lógica e natural. Ele vai ser puxado pelo próprio consumo aparente de papel.

C&P - E como incentivar o consumo?

Garcia - A coisa vai ser natural. O desenvolvimento do país é natural. Nós temos de ultrapassar algumas barreiras. Independente da preguiça ou não governamental, o Brasil caminha para o desenvolvimento e vai chegar, se Deus quiser, a consumir 50 quilos per capita, o que vai representar não dez, mas a necessidade de US\$ 20 bilhões em investimentos na área de papel e celulose.

C&P - Então esses investimentos para os próximos anos são insuficientes?

Garcia - Eu acho que eles são suficientes, mas nós corremos o risco de dividir a torta com os produtores internacionais. Não sei se nós vamos ter toda a infra-estrutura e toda a matéria prima básica no tempo e no momento para atender essas necessidades, falando de uma realidade florestal brasileira. Ninguém gosta de investir US\$ 20 milhões por ano numa floresta. Nós não produzimos um quilo de papel no Mato Grosso do Sul, mas já colocamos lá na terra US\$ 150 milhões em investimentos.

C&P - O senhor é descendente de espanhóis, daí vem a linha dura?

Garcia - É, meu avô paterno nasceu em Granada na Espanha e minha avó em Barcelona. Do lado da minha mãe, são portu-

gueses. Nasci em Pederneiras, cidade entre Bauru e Jaú.

C&P - E a sua esposa?

Garcia - Ela se chama Vera Lúcia, é professora. Cuida da família, é uma pintora de porcelana e coisas de arte Chinesa. É uma esposa moderna de executivo, paciente.

C&P - E o pai Odair como é?

Garcia - Sou um pai de muita conversa, a gente como uma família do interior, descendente de espanhóis e portugueses, todos os dias tem um encontro marcado no jantar, é tradicional. O homem que não almoça em casa, é esperado pela família à noite no jantar. Isso é muito positivo. Agora quando os filhos começam a crescer, tem um lado negativo que você tem de tomar cuidado. Os jantares começam a ficar mais longos, você normalmente come mais, já tem filho que te convida para tomar uma cervejinha depois do jantar. E isso é um perigo. Mas nós corremos esse risco. É um hábito gostoso.

C&P - Algum de seus filhos vai seguir a carreira do pai?

Garcia - Não sei. Um deles está gerenciando a construção de um hotel. Outro trabalha em um banco, tem 24 anos e é formado em administração de empresas. Tenho um que acompanha as minhas andanças de produtor de laranjas e cavalos, nos finais de semana, que ainda tem 16 anos. São todos corintianos, mas não foi uma decisão democrática.

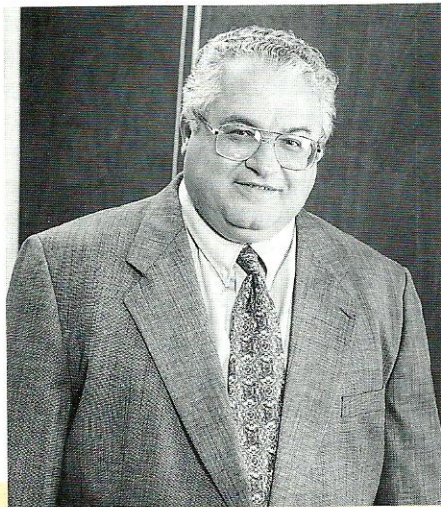
C&P - Cria cavalos por hobby?

Garcia - Olha, criar cavalos no Brasil hoje é um hobby. Quem viver do negócio de cavalo está apertado.

C&P - Onde fica o haras?

Garcia - É o haras Boa Vista, em Mogi Mirim, onde a gente vive nos finais de semana. Entre mamando e caducando devo ter 70 animais. Crio o Manga Larga Paulista, é o melhor que existe no Brasil. Você vai ouvir um monte de conversa sobre Quarto de Milha, Árabe, mas não tem nada a ver, esquece.

C&P - Aproveita os finais de semana para se desligar da rotina?



“ Quem administra uma empresa tem que ter um pé no presente e os dois olhos no futuro. ”

Garcia - São coisas totalmente diferentes de papel e celulose. É mais ligado a abobrinha do que negócios. E cheiro de coqueira.

C&P - Pratica esporte também?

Garcia - Sigo a linha de um avô portugueses que dizia: “Todas as doenças nascem num lugar só, na cabeça. Se você tiver uma cabeça boa, vai fugir de muitos problemas”. E tenho mantido minha cabeça em ordem. Gosto de visitar as coisas que tenho, gosto de jogar tênis. Nós temos uma quadra lá. A gente gosta de papo furado e gosta também de muita cerveja gelada, de preferência Antártica. Temos um grupinho de empresários da nossa região, inclusive alguns da Champion, que se reúne às quartas feiras à noite para jogar um pouquinho. O pessoal brinca na companhia, diz que é uma hora de tênis e duas horas de macarrão e cerveja.

C&P - Lê bastante?

Garcia - Quem está ligado aos negócios cada vez mais tem menos tempo para ler o que quer porque a leitura técnica, de jornais e de relatórios é muito grande... Mas sou um fã de livro e acredito que é por aí que o setor de papel e celulose também vai crescer. Ainda não entendo como é que um país pode gastar apenas 200 mil toneladas/ano de papel para a publicação de livros.

C&P - O que poderia ser feito para in-

centivar a leitura?

Garcia - Isso tem de ser um trabalho conjunto. Falta muito investimento nessa área, mas falta também participação da empresa privada. Nós estamos iniciando um programa no Mato Grosso do Sul, que o Governo do estado lançou, chamado Adote uma Escola. Com muito pouco a empresa ajuda tremendamente. É uma falta de atenção do Marketing das empresas.

C&P - Interessa-se por política?

Garcia - Tenho interesse na razão do que influencia os nossos negócios. Evito tender e participar mais do participo. Mas tenho que me inteirar das coisas e saber para onde vão os barcos de Brasília, ou de São Paulo, porque isto tem influência direta nos nossos negócios.

C&P - Qual é o maior desafio da economia brasileira?

Garcia - É passarmos os próximos três anos mantendo a estabilidade. Este é o teste de fogo do Brasil. Nós já conseguimos isto praticamente dois anos. Razão disso é este investimento externo de US\$ 12 bilhões, o país está ganhando confiabilidade. O dinheiro não tem pátria mais, ele procura um porto seguro.

C&P - Quais características considera essencial para os jovens?

Garcia - Primeiro se engajar na filosofia da empresa. Entender qual é o objetivo. Segundo, ter um espírito de equipe muito grande. Acabaram nas empresas os antigos departamentos, as caixinhas fechadas. Você tem de trabalhar no time, na equipe. Ninguém cresce isoladamente. Os resultados vão vir naturalmente. Não fui o cara de maior talento, de melhor formação que passou pela companhia, mas estava na hora certa no lugar certo e tive sempre alguém que acreditou. E queira Deus que quando eu sair dessa empresa, daqui a alguns anos, entre outro brasileiro com seus trinta anos também.

C&P - O senhor já pensou na aposentaria?

Garcia - Não digo que pensei na aposentaria, é uma coisa natural. Não faço plano nenhum. Mas já começo a pensar em preparar gente para me substituir. Isto é parte do meu trabalho.

1996: um ano marcado por fortes contrastes

Ao contrário do que ocorreu no primeiro semestre de 96, marcado por retração profunda nos negócios, nos últimos seis meses foi verificada uma recuperação do mercado, que se manteve estável até o final do ano.

Para o setor de papel e celulose, o ano de 1996 foi marcado por contrastes acentuados. De um lado, um primeiro semestre que indicava na direção de uma retração profunda nos negócios e um segundo semestre de recuperação, chegando ao final do ano em nível estável, com a economia trabalhando num ritmo de 5% de crescimento.

Os preços internacionais, que voltaram a cair com intensidade, reduziram a faixa de manobra do setor, particularmente no momento em que o aumento do consumo de papel pedia investimentos.

Produção

A produção brasileira de papel no exercício foi de 5,8 milhões de toneladas, 05% menor do que a do ano anterior. Foram produzidas 6,1 milhões de toneladas de celulose e pastas, com crescimento de 2,9%. No período de 1986-1996, a taxa de crescimento médio anual da produção nacional de papel foi de 2,5% e a de celulose 4,5%. No exercício, as empresas proporcionaram 64 mil empregos em suas atividades industriais e 38 mil nas florestais, totalizando 102 mil empregos diretos. A capacidade instalada do setor situa-se em 7 milhões de toneladas de papel e 6,9 milhões de toneladas de celulose. O nível de utilização foi de 83% e 89%, respectivamente, para papel e celulose.

Os papéis para embalagem e os papéis para imprimir/escrever participaram com 44% e 30%, respectivamente, da produção nacional. A celulose branqueada de eucalipto contribuiu com 70% do total da celulose produzida. Da produção nacional,

o mercado interno, constituído pelas vendas domésticas e consumo próprio das empresas, absorveu 80% do papel e 63% da celulose. O consumo aparente de papel recuou 1,5% ao ano, atingindo 5,3 milhões de toneladas, enquanto que o per capita foi de 33,5 kg, contra 34,5kg em 1995.

Exportações e faturamento

As exportações de papel atingiram 1,2 milhão de toneladas e as de celulose 2,2 milhões de toneladas, registrando, em relação ao ano anterior, redução de 0,1% e aumento de 13,3%, respectivamente. A receita das exportações foi de US\$ 2 bilhões, 26,3% inferior à verificada em 1995.

Representando aproximadamente 1,3%

do PIB, o faturamento do setor em 1996 foi estimado ao equivalente US\$ 7,4 bilhões e os impostos diretos gerados pelas empresas alcançaram US\$ 960 milhões. Dados preliminares indicam que em 1996, o país importou 750 mil toneladas de papel e 209 mil toneladas de celulose, principalmente de fibra longa branqueada. O valor dessas importações foi de US\$ 977 milhões, 8,3% menor que o registrado em 1995.

Reflorestamento

Em 1996, com os programas de plantios e reformas de 118 mil hectares, o setor, que utiliza exclusivamente madeira de florestas plantadas, obedecendo a critérios de manejo sustentável, deverá ampliar sua

PRODUÇÃO TOTAL EM TONELADAS

ANO	PAR	CELULOSE	PAPEL
1987	390.471	2.664.461	4.711.664
1988	397.688	3.792.868	4.683.952
1989	426.421	3.943.879	4.871.336
1990	436.455	3.914.688	4.715.791
1991	431.596	4.346.520	4.914.113
1992	431.777	4.870.567	4.920.733
1993	460.742	5.010.188	5.301.040
1994	452.599	5.376.271	5.653.597
1995	492.965	5.442.942	5.798.226
1996*	463.438	5.762.012	5.884.759

* Dados Preliminares

FONTE: ANFPFC

base florestal para 1,4 milhão de hectares próprios. O consumo de madeira durante o ano foi estimado em 34 milhões de metros cúbicos, sendo 88% para produção de celulose/pastas e 12% para fins energéticos.

Os reflorestamentos mantidos pelo setor incorporam modernas técnicas silviculturais e de manejo florestal, principalmente na área de biotecnologia, registrando produtividade média de 46 metros cúbicos de madeira/ha/ano de eucalipto e 34 metros cúbicos de madeira/ha/ano de pinus. Existem esforços para dobrar esses números até o final da década.

Cenários nacional e internacional

Recentemente, o BNDES concluiu estudo sobre as perspectivas, no cenário internacional e nacional, para o setor de papel e celulose, no período de 1995-2005, ressaltando a grande oportunidade que se apresenta para o setor brasileiro em consolidar sua posição de grande produtor e exportador mundial.

Segundo o banco, o consumo mundial de papel deverá crescer, nesse período, à taxa média anual de 3,3%, sendo que em

alguns segmentos de produtos, como papel para imprimir e escrever, a taxa média anual alcançará 3,8%. Para celulose e pasta de madeira a perspectiva é de um crescimento médio anual de 2,7% e, para pastas recicladas, 4,7%. A oferta mundial de papel, celulose e pastas, projetada para 2005, deverá alcançar um déficit da ordem de 70 a 71 milhões de toneladas, respectivamente, correspondendo a 10 vezes mais a atual capacidade de produção brasileira destes produtos.

Perspectivas

A consolidação do Plano Real, com reflexos na estabilização de preços e elevação da renda das classes menos favorecidas, aliada com os Programas Sociais e Educacionais do governo, contribuirão para o crescimento do consumo brasileiro de papel. Assim, as taxas médias de crescimento do consumo nacional estão estimadas em 5% para o período de 1996 a 2000 e 6% para 2001 e 2005.

O estudo desenvolvido pelo BNDES indica que, mantida a atual capacidade de produção do setor, o Brasil, já em 1998, passará de exportador a importador de papel, se o setor brasileiro não iniciar, com urgência, os investimentos que necessita

MÃO-DE-OBRA DIRETA EMPREGADA	
ANO	Nº EMPREGADOS
1987	78.523
1988	80.124
1989	86.251
1990	80.597
1991	78.001
1992	74.612
1993	69.692
1994	65.467
1995	63.731
1996*	63.967

*Dados Preliminares
FONTE: ANFPC

para ocupar os espaços previstos de crescimento do consumo nacional e as oportunidades que se apresentam no mercado mundial.

O estudo prevê, ainda, que no período de 1996 a 2005, o setor brasileiro de celulose e papel necessitará de investimentos adicionais da ordem de US\$ 10,8 bilhões, além dos US\$ 3,1 bilhões em execução.

FATURAMENTO DO SETOR (US\$ MILHÃO*)						
ANO	PAR	CELULOSE	PAPEL	ARTEFATOS+	TOTAL	VAR%
1987	18	875	2.809	564	4.266	-
1988	17	1.067	3.735	528	5.347	25,34
1989	29	1.305	4.762	1.017	7.113	33,03
1990	18	1.090	3.643	708	5.459	(23,25)
1991	18	1.068	3.245	618	4.949	(9,34)
1992	12	1.248	3.211	667	5.138	3,82
1993	11	1.020	3.555	758	5.344	4,01
1994	12	1.328	3.848	772	5.960	11,53
1995	14	2.103	5.359	1.165	8.641	44,98
1996*	13	1.513	4.652	1.050	7.228	(16,35)

* Dólar Médio do Ano / Revista Suma Econômica
+ Empresas Integradas
FONTE: ANFPC

PRODUÇÃO E DESTINO DA PRODUÇÃO DE CELULOSE EM t

PRODUÇÃO	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996*
FIBRA LONGA										
. branqueada	193.436	191.378	203.151	216.703	224.820	239.486	301.090	289.032	261.849	236.231
. não-branqueada	970.619	1.051.240	1.022.860	957.753	987.644	1.022.833	1.056.322	1.074.205	1.149.656	1.129.055
FIBRA CURTA										
. branqueada	2.201.216	2.246.070	2.369.582	2.377.540	2.794.642	3.246.655	3.351.528	3.729.049	3.760.118	4.114.455
. não-branqueada	299.190	304.180	348.286	362.692	339.414	361.593	301.248	283.985	271.319	282.271
P.A.R	390.471	397.688	426.421	436.455	431.596	431.777	460.742	452.599	492.965	463.438
TOTAL	4.054.932	4.190.556	4.370.300	4.351.143	4.778.116	5.302.344	5.470.930	5.828.870	5.935.907	6.225.450
VENDAS DOMÉSTICAS										
FIBRA LONGA										
. branqueada	75.526	75.266	59.489	70.210	78.535	82.201	85.078	93.055	84.002	64.177
. não-branqueada	25.392	29.047	26.673	38.518	29.714	23.701	21.887	18.365	12.188	22.899
FIBRA CURTA										
. branqueada	577.335	461.841	478.564	488.096	544.904	511.885	477.341	561.637	559.010	617.445
. não-branqueada	42.787	40.166	47.084	23.921	18.212	20.735	20.708	25.779	26.004	27.423
P.A.R	42.980	53.517	67.060	56.611	47.381	54.168	48.039	57.175	66.784	65.611
TOTAL	764.020	659.837	678.870	677.356	718.746	692.690	653.053	756.011	747.988	797.555
VENDAS EXTERNAS										
FIBRA LONGA										
. branqueada	57.639	49.950	44.106	89.515	82.614	99.822	141.829	105.546	72.383	72.949
. não-branqueada	1.027	530	1.121	466	356	358	170	728	1.643	546
FIBRA CURTA										
. branqueada	850.451	909.286	898.889	981.882	1.264.175	1.566.039	1.856.093	1.906.385	1.738.951	2.179.584
. não-branqueada	4.584	19.296	6.203	11.969	12.494	14.296	10.296	19.253	20.276	18.364
P.A.R	11.311	7.441	5.005	7.445	8.670	7.472	4.045	4.563	5.278	5.160
TOTAL	925.012	986.503	955.324	1.091.277	1.368.309	1.687.987	2.012.433	2.036.475	1.838.531	2.276.603
* Dados preliminares	Fonte = ANFPC								GT06/REVISTA	

PRODUÇÃO E DESTINO DA PRODUÇÃO DE PAPEL EM t

PRODUÇÃO	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996*
Papel para Imprensa	231.621	246.294	230.239	246.400	253.097	237.453	275.823	263.890	294.893	276.610
Papel para Impressão	1.007.913	1.007.436	1.003.465	931.531	995.701	1.110.307	1.398.947	1.653.647	1.643.097	1.669.701
Papel para Escrever	302.343	311.468	300.355	357.732	378.841	286.650	239.943	171.003	158.736	137.167
Papel para Embalagem	2.174.156	2.182.433	2.329.247	2.184.300	2.229.720	2.224.315	2.283.918	2.441.469	2.509.918	2.581.466
Papéis Sanitários	334.113	365.223	375.870	403.712	419.257	442.382	444.694	428.844	466.177	516.664
Cartões e Cartolinas	523.998	446.938	474.075	470.038	509.838	502.215	538.442	561.705	588.457	564.507
Papéis Especiais	137.520	124.160	138.085	122.078	127.659	117.411	119.273	133.039	136.948	138.644
TOTAL	4.711.664	4.683.952	4.851.336	4.715.791	4.914.113	4.920.733	5.301.040	5.653.597	5.798.226	5.884.759
CONSUMO PRÓPRIO										
Papel para Imprensa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Papel para Impressão	14.259	7.141	4.633	13.725	5.640	8.001	3.280	3.872	2.836	9.590
Papel para Escrever	742	7.030	14.506	14.599	18.405	20.019	26.129	17.339	15.236	16.575
Papel para Embalagem	752.890	643.946	721.445	625.716	712.606	642.566	987.464	1.016.415	1.056.074	1.087.592
Papéis Sanitários	779	254	105	126	78	56	1.022	38	-	-
Cartões e Cartolinas	1.338	2.347	2.561	4.139	4.258	4.937	5.025	9.256	7.055	6.813
Papéis Especiais	12.486	12.912	12.459	12.599	13.490	11.372	12.652	15.968	16.496	20.156
TOTAL	782.494	673.630	755.709	670.904	754.477	686.951	1.035.572	1.062.888	1.097.697	1.140.726
VENDAS DOMÉSTICAS										
Papel para Imprensa	215.025	234.545	226.107	229.972	232.656	218.072	248.408	245.992	267.858	244.917
Papel para Impressão	707.594	635.311	683.034	549.669	642.840	607.185	763.628	897.055	945.306	966.745
Papel para Escrever	210.389	185.363	211.335	228.262	217.522	161.241	139.124	119.034	111.172	99.558
Papel para Embalagem	1.158.987	1.050.682	1.253.168	1.065.192	1.110.412	1.039.757	918.119	1.009.847	1.008.929	1.131.800
Papéis Sanitários	328.406	353.983	368.204	388.922	411.009	424.170	414.084	390.780	430.396	489.577
Cartões e Cartolinas	487.357	382.388	445.145	386.733	422.233	406.049	460.061	504.871	522.210	504.383
Papéis Especiais	118.306	107.154	121.593	101.623	106.700	98.727	96.303	103.790	105.219	103.502
TOTAL	3.226.064	2.949.426	3.308.586	2.950.373	3.143.372	2.955.201	3.039.727	3.271.369	3.391.090	3.540.482
VENDAS EXTERNAS										
Papel para Imprensa	16.675	9.551	7.463	16.668	8.328	23.891	23.152	16.113	15.476	19.690
Papel para Impressão	282.676	358.978	322.785	367.544	331.952	495.530	610.010	808.602	675.025	671.445
Papel para Escrever	86.593	121.059	79.956	110.328	152.876	113.469	77.321	36.468	24.433	20.447
Papel para Embalagem	222.210	465.175	341.046	390.944	439.906	526.753	417.534	449.196	367.123	362.306
Papéis Sanitários	1.509	8.818	11.702	10.058	6.000	12.933	21.168	38.720	30.821	27.431
Cartões e Cartolinas	21.312	65.851	53.374	61.522	80.190	91.316	63.905	68.341	43.963	50.998
Papéis Especiais	5.697	3.967	4.857	5.280	6.471	8.446	10.520	15.010	13.643	12.559
TOTAL	636.672	1.033.399	821.183	962.344	1.025.723	1.272.338	1.223.610	1.432.450	1.170.484	1.164.876

*Dados preliminares

Fonte = ANFPC

GT06/REVISTA

CRESCE MERCADO DE PRODUTOS DESCARTÁVEIS

Vice-líder no mercado nacional de papéis descartáveis, a Santher anunciou que vai investir US\$ 25 milhões na compra de uma nova máquina a ser instalada na unidade fabril da Penha, em São Paulo, o que proporcionará um acréscimo de produção da ordem de 30 mil toneladas/ano na linha de descartáveis de alta gramatura, a partir de junho deste ano. Para promover as marcas Snob (toalha) e Personal (papel higiênico), a empresa já investiu, desde o ano passado, aproximadamente US\$ 5 milhões em marketing.

A Celucat, da Klabin, líder



no segmento de papéis higiênicos, também aproveita o crescimento do mercado de produtos descartáveis. Em 97, a empresa pretende desembolsar US\$ 5 milhões em comunicação e marketing para divulgar

suas marcas. Para o diretor-superintendente da Celucat, Mark Pitt, o mercado deverá continuar crescendo, assim como a tendência de o consumidor procurar por produtos de melhor qualidade.

BUCKMAN PASSA POR AUDITORIA ISO 9002

A unidade da Buckman Laboratórios Ltda, localizada em Sumaré, São Paulo, passou pela sua quinta auditoria ISO 9002 de acompanhamento. O bureau internacional ABS Quality Evaluations, Inc., conduziu a auditoria em outubro último e elogiou a Buckman pela facilidade de seu controle eletrônico de documentos, programa de auditorias internas e ainda o Software de Gerenciamento da Qualidade, que interliga as atividades de recebimento de matéria-prima, controle da qualidade, produção e expedição.

GRUPO PAULISTA COMPRA NICOLAUS

O Grupo Gusmão dos Santos comprou por US\$ 50 milhões a Nicolaus Paper, que decidiu sair do negócio de papéis especiais no Brasil. Originário da importação e exportação de produtos químicos, o grupo paulista Gusmão dos Santos atua nos setores de fôrmica, ésteres de celulose e insumos para a construção civil. "Estamos dando um passo à frente na cadeia de derivados da celulose e entrando num segmen-

to onde a Nicolaus domina o mercado local", revelou o presidente do grupo, Alípio Gusmão.

A capacidade instalada da Nicolaus é de 65 mil toneladas e a fábrica está localizada em Caieiras, São Paulo. A razão social da companhia passará a ser MD Papéis Ltda. A nova empresa deverá garantir o acréscimo de US\$ 100 milhões por ano ao faturamento total do grupo, de US\$ 500 milhões em 96.

HEIDELBERG COMPRA EMPRESA GRÁFICA

A Heidelberg Druckmaschinen AG, empresa alemã de equipamentos de impressão offset, anunciou a compra da Sheridan Systems, que passará a ser denominada Heidelberg Finishing. Com duas unidades - uma nos Estados Unidos e outra

na Inglaterra -, a Sheridan desenvolve, produz e distribui sistemas de acabamento para revistas, brochuras, livros e sistemas de saídas e expedição de jornais. No Brasil, o grupo Heidelberg é representado pela Gutenberg Máquinas e Materiais Gráficos.

AUTOMAÇÃO INDUSTRIAL PREVÊ NOVOS PROJETOS

A Faxboro prevê, para 1997, crescimento de pelo menos 50% no seu faturamento. Segundo o presidente da empresa, Ricardo Pereira, o desenvolvimento do mercado de automação industrial no Brasil é um nítido indicador da economia. Ele adianta que os setores petro-

químicos e de papel e celulose preparam-se para a expansão.

Para competir no país, a Faxboro está mantendo a política de renovação dos produtos. Os investimentos somam cerca de US\$ 1 milhão por ano e são destinados à informatização e treinamento de pessoal.

RIGESA INVESTE EM MEIO AMBIENTE

A Rigesa anunciou investimento de US\$ 60 milhões em sua fábrica de papel de três Barras, Santa Catarina, com o objetivo de melhorar seu desempenho ambiental e aumentar a produção. O projeto inclui a construção de uma nova caldeira de recuperação com maior capacidade de geração de vapor, o que possibilitará maior produção de

papel. Outra melhoria ambiental esperada é a redução do cheiro associado à produção de papel.

Até o final de 97, todas as fábricas de caixas e de papel da Rigesa receberão a certificação ISO - 9002. Atualmente estão certificadas as fábricas de papel de Três Barras e de Valinhos e as de caixas de Blumenau e de Valinhos.

CENIBRA RECEBE PRÊMIO ECOLÓGICO

A Cenibra foi a vencedora, na categoria "fauna", do Prêmio Minas Ecologia, com o Projeto Mutum, resultado de uma parceria entre a empresa e a Fundação Crax - Sociedade de Pesquisa da Fauna Silvestre. O projeto tem como objetivo a reintrodução de aves silvestres ameaçadas de extinção. Uma das espécies da família Cracidae considerada bem próxima da extinção, só

existente no Brasil e anteriormente edêmica de uma pequena faixa da Mata Atlântica, com a devastação das florestas do país, o Mutum deixou de ser visto nas regiões de origem, Rio de Janeiro, Espírito Santo, leste de Minas e sul da Bahia. Antes do projeto e do nascimento na mata do primeiro Mutum, ano passado, o máximo que se estimava existir na natureza eram 200 indivíduos.

NOVA FÁBRICA NO PARAGUAI

Com um investimento inicial de US\$ 200 milhões, a empresa Paraná River Mills instalará uma fábrica de celulose na região sudoeste do Paraguai. Também produzirá aglomerado de madeira e tábuas de pinho e eucalipto, quando o complexo industrial completar instalação de três outras unidades produtivas, elevando o investimento para US\$ 500 milhões.

O ministro da Indústria e Comércio, Ubaldo Scavone, reve-

lou que a empresa produzirá 250 mil toneladas anuais de celulose e polpa e, nos primeiros anos, importará matéria-prima da Argentina. Depois, usará as árvores que começarão a plantar neste ano em um ambicioso plano de reflorestamento de mais de 5 mil hectares anuais, o que lhe renderá cerca de US\$ 30 milhões em subsídios estatais graças aos benefícios que prevê a lei de reflorestamento em vigência.

ECC DÁ INÍCIO À NOVA UNIDADE INDUSTRIAL

A ECC do Brasil, subsidiária da English China Clays, fornecedora mundial de minerais industriais para o setor de papel e celulose, iniciou a operação de uma nova unidade em Braz Cubas, interior de São Paulo, voltada à purificação do carbonato de cálcio. A tecnologia foi trazida da Inglaterra e utiliza o processo de flotação, que elimina a sílica do carbonato de cálcio moído, diminuindo em cinco vezes a

abrasividade da matéria-prima. A fábrica consumiu investimentos de US\$ 4,5 milhões, como parte inicial de um programa total de investimentos da empresa no Brasil, de US\$ 20 milhões, nos próximos 24 meses.

No Brasil, a empresa estima um faturamento de US\$ 25 milhões em 97. Com os investimentos programados, a empresa prevê que seu faturamento atingirá a marca dos US\$ 60 milhões na virada do século.

ÁSIA COMPRA MAIS CELULOSE DO BRASIL

As exportações de celulose cresceram 28% em 96, totalizando 2,2 milhões de toneladas. A produção cresceu 14% e as vendas para o mercado interno ficaram 10% acima de 95. Apesar do incremento nas exportações, a receita correspondente ficou em US\$ 1 bilhão, sofrendo uma redução de cerca de US\$ 400 milhões por causa da queda do preço médio da celulose no mercado in-

ternacional, que passou de US\$ 750 para US\$ 450, entre 95 e 96, segundo dados da Abecel - Associação Brasileira de Exportadores de Celulose.

A Ásia passou a ser o maior comprador da indústria nacional. Foram vendidas para os países asiáticos 782 mil toneladas do produto. Com esse resultado, a participação da Ásia pulou de 29,8% em 95, para 35,9%, no ano passado.

SETORES SE UNEM PARA GARANTIR MERCADOS

Os produtores de madeira e representantes de indústrias de papel e celulose, como a ANFPC, estão se organizando para garantir atuação em mercados de crescente exigência ambiental. Um dos primeiros passos nesse sentido foi dado recentemente, na sede da Organização Não Governamental (ONG) World Wide Fund for Nature (WWF), em Brasília. Foi a primeira reunião do Conselho de Manejo Florestal, a versão

brasileira da organização internacional Forest Stewardship Council (FSC), criada em 1993.

O Conselho de Manejo Florestal é composto por seis ONGs ambientais (Funatura, Greenpeace, ICV, Imazon, Isa e WWF); quatro ONGs sociais (Coiab, Fase, GTA, ISPN); duas organizações técnico-científicas (Esalq e IPT); três entidades empresariais (Aimex, ANFPC e SBS) e uma certificadora, a Imaflora.

SANTHER ENCERRA 96 COM VÁRIOS PRÊMIOS

A Santher - Fábrica de Papel Santa Terezinha, que detém as marcas de papel higiênico Personal, Charme e Pé-tala, de guardanapo Snob e Santepel e da toalha Snob, encerrou o exercício de 1996 com 12 prêmios recebidos. São eles:

Fornecedor do Ano e Colaborador do Ano, pela Associação de Atacadistas e Distribuidores do Estado do Rio de Ja-

neiro; Troféu Ponto Extra, da Associação Paulista de Supermercados; Carrinho de Ouro 96, Associação Gaúcha de Supermercados; Gente Nossa 96, Associação Mineira de Supermercados; Qualidade Vida, pelo SESI de Minas Gerais e Vendedor do Ano, pela ANAVE - Associação Nacional dos Profissionais de Vendas de Celulose, Papel e Derivados.

Preparando-se para o crescimento

Um grupo de peso de representantes das principais indústrias de papel e celulose estará reunido no Rio de Janeiro discutindo o futuro do mercado deste setor

No mês de abril a cidade do Rio de Janeiro será sede de um dos eventos mais importantes e esperados do setor de papel e celulose. Os principais executivos de grandes empresas, em nível mundial, estarão reunidos entre os dias 7 e 9 na "Primeira Conferência Internacional em Finanças & Marketing", que acontecerá no Hotel Meridien Copacabana.

As inscrições para a conferência devem ser feitas na Abecel (Rua da Assembleia, nº 10, sala 1601) ou pelo telefone (021) 531-1225.

Para os próximos anos, está sendo esperado um incremento substancial no consumo mundial de papel. Como a Europa e a América do Norte - no passado os únicos mercados produtores e consumidores importantes deste produto - já atingiram padrões elevados de consumo, espera-se que este crescimento venha das economias emergentes, e aí incluem-se países da América do Sul - e em especial o Brasil, os quais já estão mostrando forte influência no mercado, o que deverá tornar-se mais evidente no futuro. Os setores de Finanças e Marketing serão determinantes para o crescimento da indústria. E é vislumbrando este cenário que estarão centradas as discussões da conferência.

Baseado neste aumento do consumo mundial de papel e papelão para os próximos 20 anos, a conferência trará temas como proveniência das fibras, onde serão consumidas, como serão financiadas as novas fábricas, quais são as tendências do mercado de celulose, como evoluirão os mercados de papel.

O encontro, organizado pela Papercast - Economie Papetière, ANFPC e

tores internacionais. Também devem comparecer fornecedores e clientes das indústrias deste setor.

Conhecendo as indústrias

Paralelamente à conferência, estão programadas algumas visitas às fábricas.

No dia 3, antecedendo ao evento, será feita uma visita às instalações da Aracruz, na cidade de mesmo nome, no Espírito Santo. Na sexta-feira, dia 4, a Papercast está organizando um passeio à Manaus e na sexta-feira (11), a Klabin levará os interessados em conhecer sua fábrica no Paraná. "Assim o público, principalmente estrangeiro, poderá conhecer as indústrias brasileiras, que estão tecnologicamente tão bem equipadas quanto às americanas e européias, em termos de gerenciamento genético, de produção e de controle ambiental", enfatiza Domingues.

Uma das grandes expectativas da conferência serão as discussões sobre o mercado Asiático, principalmente o da Indonésia. "Todo mundo quer saber o que eles pensam do mercado", completa. Para falar sobre a oferta e demanda de celulose naquele país até o ano 2002, está sendo esperado o presidente da P.T. Raja Garuda Mas International Corporation, Sukanto Tanoto. Mas há também vários outros palestrantes de peso da América do Sul, Europa e Estados Unidos.

Para Domingues esta é uma oportunidade que vem sendo esperada há muitos anos. É um momento para estreitar contatos, planejar negócios futuros, já que o crescimento do consumo se dará nos países em desenvolvimento.

PRIMEIRA CONFERÊNCIA INTERNACIONAL EM FINANÇAS & MARKETING



7-9 DE ABRIL 1997

ABECCEL deverá reunir 350 participantes de vários países, segundo Paulo Domingues, diretor Executivo da ABECCEL. "É uma oportunidade para o debate e reflexão sobre o assunto com estes conferencistas, que representam as empresas propulsoras da necessária expansão da indústria de celulose e papel", completa ele, salientando que o Brasil já é um país potencialmente apto para abrigar um evento deste porte no setor de papel e celulose.

Além de ser o principal fornecedor mundial de celulose de fibra curta, o Brasil, por exemplo, vem conseguindo suprir o mercado com volumes cada vez maiores. E não apenas pelas suas vantagens competitivas em relação ao clima, mas também pela alta tecnologia alcançada pelas indústrias.

Está sendo esperada a presença de executivos das áreas de planejamento, coordenadores de desenvolvimento de negócios, de Marketing, Finanças, analistas de bancos de investimentos e grandes corre-

Uso múltiplo das florestas

Mario Higinio N. M. Leonel (*)

As indústrias de base florestal na América do Norte, Escandinávia e Nova Zelândia ou Chile, são vistas numa perspectiva de uso múltiplo. Na exploração de uma floresta, as árvores são destinadas ao seu melhor uso e de maior valor agregado, ficando apenas o resíduo ou a madeira fina para a celulose. Foi esse enfoque de uso múltiplo, e especialmente a madeira serrada, que permitiu aos principais grupos industriais florestais obterem alta lucratividade na primeira parte da década de 90, experiência que desejam prolongar.

O Brasil é conhecido pela sua competitividade no custo da madeira para a celulose, especialmente a fibra curta branqueada. Como os recursos florestais estão ficando escassos, particularmente no Hemisfério Norte, interessa aos grupos industriais florestais encontrar novas fontes de matéria prima.

Essa visão global ainda é pouco explorada no Brasil, mas já começa a ganhar um contorno estratégico para o setor. Parece que a área florestal deve ser repensada dentro da visão do uso múltiplo da madeira, gerando assim oportunidade de negócios aos empresários, empregos no campo e na indústria, sem esquecer dos positivos aspectos ambientais e de conservação de solo e recursos hídricos, agregados subsidiariamente à atividade.

A ANFPC participou da conferência Brazil's Forest Industry, realizada nos Estados Unidos apresentando dois trabalhos sobre recursos florestais e sobre a indústria de papel e celulose, no Brasil, elaborados por V.I. Suchek, da Eka Chemical e que foi convidado



para representar nossa Associação no encontro. Organizada pelo World Forest Institute, a conferência "Brazil's Forest Industry teve o objetivo de atualizar empresários americanos e canadenses sobre o potencial dos recursos florestais brasileiros, na visão do uso múltiplo da floresta, especialmente da madeira serrada.

Os projetos madeireiros ora sendo considerados pela Aracruz e pela Klabin demonstram que, à medida que maturam as florestas e à medida que ganha-se experiência em manejo, tanto em florestas de pinus quanto de eucaliptos, a indústria brasileira começa a adotar a prática do uso múltiplo da floresta.

Esse tema vem mobilizando a atenção da ANFPC, que proximamente promoverá debates sobre o assunto. O setor de celulose/papel é de grande importância na economia brasileira, não só por atender a demanda doméstica de produtos, mas também por con-

tribuir com exportações de cerca de US\$ 2 bilhões/ano. Madeira, no entanto, tem finalidade estrutural (construção habitacional/predial/industrial), embalagem (caixotaria), mobília e muitas outras aplicações. A atividade madeireira tem grande impacto como fator multiplicador de atividade econômica bem como de geração de empregos, sem falar na proteção ambiental e conservação de solos, recursos hídricos, etc. Basta dizer que a indústria moveleira, além de atender à demanda doméstica, exporta hoje cerca de US\$ 400-500 milhões/ano, com projeções de US\$ 1 bilhão, até o ano 2000.

A floresta bem manejada garante um retorno certo ao investidor, haja visto a recente venda dos direitos de 186.000 hectares com pinus radiata com 20 anos de idade, conduzido com poda e desbaste, na Nova Zelândia comprado pela Fletcher Challenge ao preço equivalente a US\$ 1,4 bilhão, ou seja cerca de US\$ 7.500/ha, isto só pelos direitos florestais, portanto excluída a terra. Além disso, o uso múltiplo valoriza o patrimônio florestal e atende um aspecto social relevante que é a geração de abundantes empregos no campo.

O desafio que se apresenta aos produtores florestais é o de promover uma nova fase de reflorestamento, atendendo às necessidades econômicas, sociais e ambientais da madeira e das florestas em suas múltiplas aplicações.

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

ESTÁ COMPROVADO: EM MOTORES ELÉTRICOS A WEG É A SOLUÇÃO

A WEG É UMA EMPRESA BRASILEIRA DE NÍVEL INTERNACIONAL. ESTÁ ENTRE OS PRINCIPAIS FABRICANTES MUNDIAIS DE MOTORES. COMPETE NOS MAIS EXIGENTES MERCADOS, EM MAIS DE 50 PAÍSES, BENEFICIANDO O MERCADO NACIONAL COM SUAS CONQUISTAS CONSTANTES EM QUALIDADE E TECNOLOGIA. ULTRAPASSOU O RECORDE DE 20 MILHÕES DE MOTORES PRODUZIDOS, COMPROVANDO SUA CAPACIDADE FABRIL. PRIMEIRA EMPRESA DE MOTORES A OBTER A CERTIFICAÇÃO DAS NORMAS ISO 9000, A WEG JUSTIFICA SEU COMPROMISSO DE

FORNECER SOLUÇÕES, COM PADRÕES DE QUALIDADE INTERNACIONAL. OFERECE A MAIS COMPLETA LINHA DE MOTORES ELÉTRICOS, PARA INÚMERAS APLICAÇÕES, DE 0,037 A 22.000 kW. PIONEIRA NA IMPLANTAÇÃO DE REDE NACIONAL DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA, CONTA COM MAIS DE 300 OFICINAS CREDENCIADAS E TREINADAS NA FÁBRICA. ALÉM DE MOTORES, A WEG TAMBÉM É A MELHOR SOLUÇÃO EM GERADORES, COMPONENTES ELÉTRICOS, AUTOMAÇÃO INDUSTRIAL, TRANSFORMADORES, TINTAS E VERNIZES.



WEG MOTORES LTDA. - TEL.(0473) 72-2090, FAX (0473) 72-2512
RUA JOINVILLE, 3000 - 89256-900 JARAGUÁ DO SUL, SC
SP: TEL. (011) 549-6977 - FAX (011) 549-7015

TROMBINI: A PROTEÇÃO DO SEU PRODUTO E DO NOSSO MEIO AMBIENTE.



O Prêmio Expressão de Ecologia acaba de selecionar o projeto ambiental da Trombini Papel e Embalagens, de Fraiburgo, Santa Catarina, como um exemplo de perfeita aplicação da tecnologia para a harmonia entre a produção industrial de celulose, papel e embalagens com o nosso meio ambiente.

O Grupo Trombini, com suas 9 unidades industriais, instaladas nos Estados do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Minas Gerais e Bahia, se orgulha deste reconhecimento e desta premiação - que valorizam ainda mais o compromisso Trombini com a construção de um futuro cada vez melhor para todos.

Maior produtor brasileiro de papel reciclado para embalagens, o Grupo Trombini reafirma a sua missão, com a tecnologia de ponta e sua contribuição concreta para o desenvolvimento brasileiro, com todo o respeito que o meio ambiente deve merecer.

Trombini. Prêmio Expressão de Ecologia. Premiação à proteção do nosso meio ambiente, para quem fabrica proteção para o seu produto.

