

ANO XIV Nº 62 - 1998

ISSN 0102-5279

ENTREVISTA  
JOSMAR VERILLO

# CELULOSE & PAPEL



*Sucessão na  
Bracelpa  
Boris Tabacof é o  
novo presidente*

Com UTEC você cumpre  
seu papel com perfeição.

CasaCorti

POLIETILENO  
**UTEC**  
ULTRA ALTO PESO MOLECULAR

- 6 vezes mais resistente à abrasão do que o aço • 8 vezes mais leve do que o aço
- Elevada resistência a grandes impactos e baixas temperaturas • Resistência a todos os produtos químicos • Não trinca e nem absorve água • Fácil de furar, cortar e instalar • Autolubrificante e absorve ruídos • Revestimento antiaderente e com baixo coeficiente de atrito • Solução para construção de máquinas e equipamentos
- Utilizado em peças porosas para filtros e aeração e em peças usinadas, sem necessidade de manutenção • Não agride o meio ambiente.



**POLIALDEN**

**DIVISÃO DE POLÍMEROS DE ENGENHARIA**

Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - 8º andar - Brooklin Novo - CEP.: 04575-060 - São Paulo - SP - Brasil

Tel.: (5511) 5505-3166 - Fax.: (5511) 5505-5899 - Internet: <http://www.plastico.com.br/polialden> - E-mail: [utec.polialden@plastico.com.br](mailto:utec.polialden@plastico.com.br)

# Bracelpa: unidade, pragmatismo e consenso

Osmar Elias Zogbi \*

A identificação dos inúmeros problemas que afetam nossas empresas funcionou como amálgama para a consolidação de consenso dentro do nosso setor. Partiu-se do pressuposto que somos, interiormente, bastante diferenciados e que, por isso mesmo, a nossa Associação de classe, para desempenhar suas funções a contento, deveria levar em conta, institucionalmente, essa diversidade para, a partir dela obter a unidade nos pleitos.

Foi essa visão de conjunto, e especialmente realista, que gerou a necessidade de se elaborar um quadro geral priorizando as nossas principais demandas, tomando por base, particularmente, o nosso plano de investimentos. O estabelecimento desses objetivos gerais deu novo vigor institucional ao setor, cuja atuação, através da Associação, ganhou maior consistência.

A consequência disso foi o estabelecimento de uma via de mão dupla com os principais agentes governamentais, expondo questões, apontando dificuldades práticas, que criam barreiras ao livre curso dos negócios e podem ser superadas através do diálogo franco, criador de um clima de compreensão entre o setor produtivo e as autoridades encarregadas da formulação da política econômica e de desenvolvimento do país.

Assim, a continuação da modernização processada na gestão tecnológica, florestal e administrativa das empresas, ao lado da estabilidade econômica, se transformaram no condutor da energia necessária para o surgimento de um ambiente favorável à projeção de cenários futuros para o setor, dentro de uma visão desenvolvimentista consistente, de crescimento atento às demandas do mercado, agora não só o interno de substituição de importações, como foi há vinte e cinco anos, mas levando em consideração a significativa presença do setor nas relações comerciais do Brasil com os principais mercados do mundo.

Nessa direção, no plano internacional, cuja influência sobre o setor está cada vez mais evidente, pelo fenômeno da globalização econômica, nos vimos diante da necessidade de elaboração de uma nova agenda de discussão, com temas cuja relevância atinge diretamente o setor de Papel e Celulose, que tem expressiva atuação internacional.

Estrategicamente, nos obrigamos a fixar atenção nos movimentos do mercado internacional, para que pudéssemos tomar decisões internas consistentes e coerentes. Por isso incentivamos a atuação da nossa Associação nos diversos fóruns internacionais, além de organizarmos no Brasil, dois eventos de grande importância, como o seminário internacional, promovido no Rio de Janeiro e o encontro, aqui

em São Paulo, com executivos do primeiro escalão da União Européia, que tratou particularmente de questões relacionadas à auto-sustentabilidade florestal da nossa indústria.

Dessa forma, tem sido possível formar um diagnóstico bastante preciso do cenário internacional do nosso negócio tecendo um cenário macroeconômico da nossa atividade, permeado pelos principais fatores de influência no comportamento dos diversos mercados, como a sua flutuação cíclica; a integração econômica dos países e blocos comerciais regionais e globais; a aber-



*“Com certeza temos em nossa representação setorial inúmeras virtudes, mas a principal delas, e que me parece fundamental para prosseguirmos, é a unidade que todos nós conseguimos construir para o nosso setor”*

tura comercial; a questão das variações cambiais e processos de estabilização econômica.

Foi esse diagnóstico que deu novo vigor à ação corporativa do setor, cuja atuação ganhou maior consistência, e permitiu a renovação da prática de representação política setorial, agregando dois fatores fundamentais: atuação essencialmente pragmática e organização institucional baseada na defesa de temática de interesse comum.

Na minha visão, no entanto, tudo isso só foi possível graças à participação intensa dos principais acionistas e lideranças do setor, que se empenharam em fortalecer, cada vez mais, nossa atuação associativa, emprestando a força de suas presenças nos contatos e discussões com autoridades do primeiro escalão do governo; e o conhecimento pro-

fundo que têm dos problemas comuns do setor.

Com certeza temos hoje, em nossa representação setorial, inúmeras virtudes, mas a principal delas e que me parece fundamental para prosseguirmos, é a unidade que todos nós conseguimos construir para o nosso setor. Unidade esta, consubstanciada na união das antigas ANFPC e ABCECEL, que gerou a atual BRACELPA, que tive a honra de presidir.

Fazemos parte de um ramo industrial cada vez mais internacionalizado e a cada dia enfrentamos desafios enormes, competindo com países ricos e indústrias gigantescas. Temos cumprido nosso papel, mas sem o necessário respaldo de parte do governo, que ainda não conseguiu implementar medidas que valorizem as empresas exportadoras, removendo entraves que estão neutralizando nossas vantagens comparativas e tornando ainda mais difícil a batalha da competitividade, que enfrentamos no mercado internacional.

Não sabemos se a crise econômica asiática, que sobressalta os principais mercados mundiais, está no final ou ainda no meio de seu curso. Se as autoridades governamentais agirem com mais presteza, poderemos enfrentá-la sem que os produtos brasileiros percam competitividade. Contudo, o que se percebe é um caminhar por inércia, o que pode ser extremamente perigoso e causar enormes prejuízos ao comércio externo do país, que não dará o salto que precisa para atender à necessidade de crescimento interno.

O Brasil possui a oitava economia do mundo, no entanto, responde por apenas 0,7% do comércio mundial. É uma relação tímida, que, com certeza, precisa ser alterada. O setor de Papel e Celulose já contribui com exportações anuais de US\$ 2,5 bilhões, produzindo um superávit de US\$ 1 bilhão. E muito mais poderia fazer se o governo fosse mais ágil na tomada de medidas que diminuem o chamado Custo Brasil, que ainda entrava, particularmente, o nosso comércio externo.

Ao deixar o cargo de presidente da Bracelpa, gostaria de manifestar o meu profundo e sincero agradecimento, sem distinções, a todos os colaboradores da Associação, por todo o empenho que despenderam no curso desses anos e que tenho certeza continuarão a dar, para o engrandecimento da nossa atividade. Também à toda diretoria que tive a honra de presidir e, particularmente, ao companheiro Boris Tabacof, a quem agora passo a presidência da Bracelpa.

\* Osmar Elias Zogbi é presidente da Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel

A revista **Celulose & Papel** é órgão oficial da Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel  
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 Higinio Leonel  
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 Venterim  
Maroni J. da Silva  
Sílvia Pimentel

**Fotos**  
Nilton Queiroz

**Revisão**  
Tânia Teófilo

**Publicidade**  
José Cruz Filho

**Relações Públicas**  
Lina Carla Finotti

**Redação, Administração e Publicidade**  
Avenida Paulista, 2006 - 11º andar  
Conjs. 1108 - Fone/Fax (011) 251-1122  
CEP 01310-926 - São Paulo - SP  
E-mail: [Unipress@mtecnetsp.com.br](mailto:Unipress@mtecnetsp.com.br)

**Fotolitos:**  
Studio A Fotolito

**Impressão:**  
Ipsis Gráfica e Editora S.A.

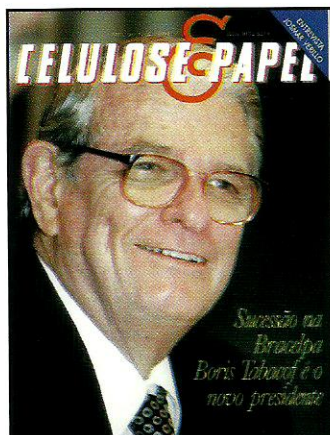


FOTO L. C. LEITE/AE

## Capa

Boris Tabacof é o novo presidente da Bracelpa. Um dos mais marcantes nomes do setor, Tabacof diz que dará continuidade ao trabalho realizado por seu antecessor, Osmar Zogbi. O executivo já ocupou vários cargos importantes, como a Presidência da Abecel - Associação Brasileira dos Exportadores de Celulose, da extinta Associação Paulista de Fabricantes de Papel e Celulose e diretoria do Departamento de Economia da Fiesp.

8

## Fusões

A crescente concentração de grupos empresariais para operar na economia globalizada começa a afetar as fábricas de celulose e papel. Na avaliação de empresários e analistas de investimentos, o setor terá que redefinir a sua atuação para competir com os grandes players.

12

## Gente

Jomar Verillo, novo diretor-geral da Klabin, fala sobre a sua vida profissional, os planos empresariais, seus anseios no campo pessoal. Amante da filosofia, ele fala, ainda, da importância do equilíbrio entre vida profissional e pessoal.

16

## Empresa

Uma pequena cartonagem se transforma numa das maiores integradas no setor de ondulados. Até o final do ano, espera concluir sua mais nova unidade, na Amazônia, além de aumentar a produção em 15%. A ambição da Orsa é conquistar a quarta posição no ranking.

24

## Reciclagem

Vilãs do meio ambiente, no passado, as caixas longa vida têm agora um destino promissor, sendo reaproveitadas na fabricação de diversos produtos. Graças aos avanços nas técnicas de reciclagem, a sua complexa composição já pode hoje ser reaproveitada.

27

## E MAIS

**Opinião**

34

**Noticiário**

30

# NICHOLSON

FOREST PRODUCTS EQUIPMENT GROUP



# EngeMin

A NICHOLSON  
CONHECE TUDO  
SOBRE TORAS!

DESCASCADOR A5A,  
ROBUSTO, SIMPLES E DE  
FÁCIL MANUTENÇÃO.

DESCASCAMENTO  
RÁPIDO DE ALTA  
QUALIDADE.

ALIMENTA UMA OU  
VÁRIAS TORAS,  
CURTAS OU  
LONGAS.

SLAVE  
DESACELERAÇÃO  
DOS CAVACOS,  
PARA MAIOR  
QUANTIDADE DE  
ACEITOS.

PICADOR A DISCO NICHOLSON PARA TORAS  
INTEIRAS, PRODUZ OS MELHORES CAVACOS  
PARA A PRODUÇÃO DE CELULOSE.

ACIONAMENTO CENTRAL EVITA  
TRANSMISSÃO DE VIBRAÇÕES.



EXPERIMENTADO CORPO  
TÉCNICO E DEVENDAS.



PEÇAS E ASSISTÊNCIA  
TÉCNICA.



TECNOLOGIA VOLTADA À  
ECONOMIA DE FIBRAS.



DESCASCADOR A5A  
OTIMIZADO PARA ALTA  
VELOCIDADE COM TORAS  
DE PEQUENO DIÂMETRO.



OS MAIS AVANÇADOS  
PICADORES A DISCO.



DISSIPADOR DE ENERGIA  
PROPORCIONA MAIOR  
APROVEITAMENTO DE  
CAVACOS.



PENEIRAMENTO  
PRECISO DE CAVACOS.



PENEIRA RÁPIDA E  
SUAVE PARA MAIOR  
VOLUME DE  
CAVACOS.

É com orgulho que a *EngeMin* Projetos e Consultoria S/C Ltda, traz para o Brasil a linha de equipamentos de maior qualidade e produtividade disponível no mercado mundial para o processamento de toras.

Oferecemos toda a linha Nicholson, que possui comprovado desempenho técnico em todo o mundo desde 1948.

A eficiência no processamento de toras é fator fundamental na produção de celulose e em serrarias.

A NICHOLSON / *EngeMin* dispõem de técnicos qualificados e a mais ampla gama de equipamentos necessários à otimização no processamento de toras:

Carregadores de toras, robustos e resistentes, para aplicação em serviços pesados.

Decks de alimentação e transportadores.

Alimentadores de tora única, rápidos, com regime de até 30 ciclos / minuto.

Descascadores A5A NICHOLSON, totalmente automáticos, com velocidade de até 150 m/min.

Picadores de alta qualidade com disco de 109 a 406 cm de diâmetro.

Peneiras de cavacos NICHOLSON, mod. Fullflow, de alta velocidade e capacidades de 100 a 900 m<sup>3</sup>/h.

Sistemas completos, de transportadores a descarregadores de caminhões, para manuseio de cavacos.

Sistemas portáteis de descascamento e picagem com equipamentos de elevada qualidade para cavacos.

# EngeMin

Projetos e Consultoria S/C Ltda.  
Rua Aprígio e Araújo, 864-sala 803  
CEP 14160-000-SERTÃOZINHO-SP  
BRASIL

Telefone: (016) 645 2404  
Telefax: (016) 645 3825

# REVISTAS

## Mercado aquecido

*Novos lançamentos, investimento publicitário em expansão e consumo per capita ainda pequeno sinalizam os bons tempos para este meio que tem registrado crescimento constante*

Uma intensa campanha publicitária, no último mês, chamou a atenção das pessoas sobre a chegada de uma nova publicação semanal de informações, a revista *Época*, da Editora Globo. É verdade que os 250 mil exemplares iniciais de *Época* ainda estão longe de fazer frente aos 1,200 mil exemplares de *Veja*, da Editora Abril, a líder absoluta no segmento, mas a revista chegou instigando a concorrência. A *Veja* foi editada com novidades na semana anterior ao lançamento de *Época*. Duas novas seções anunciaram as mudanças da publicação, revelando sinais de que era preciso se mexer para enfrentar a concorrência.

Disputa entre as duas publicações à parte, o lançamento de *Época* sinaliza os bons tempos do mercado de revistas, que tem crescido significativamente em números de exemplares e faturamento nos últimos anos. As vendas do setor, segundo dados da Associação Nacional das Editoras de Revistas (Aner), foram de US\$ 590 milhões, 17,29% acima do montante do ano anterior, que foi de US\$ 503 milhões. O faturamento registra um salto ainda mais surpreendente quando são analisados os últimos cinco anos. De 1992, quando o volume foi de US\$ 161 milhões, até 1997, a expansão foi de 266,45%.

Apesar do crescimento no faturamento, o meio revista ainda ocupa a terceira posição no bolo de investimento publicitário, com a mesma porcentagem, desde 1996. Em primeiro lugar encontra-se a

mídia TV, com 60% do total, seguida pelos jornais, com 23% e as revistas com 9%. Em último está o rádio, com 4% e outros, 3%. Mas não perder a posição e nem um pedaço nesta fatia de recursos já é um sinal favorável. Os investimentos do setor publicitário somaram nada menos do que US\$ 8.648 bilhões em 1997, apresentando incremento de 12,30%, sobre o ano anterior, quando este valor correspondeu a US\$ 7.696 bilhões. A comparação dos últimos cinco anos, tal como o crescimento do faturamento das revistas, mostra um incremento também bastante significativo - 245,66%, segundo dados da Projeto Intermeios.

E quem sai na frente é a Editora Abril, líder no mercado de publicações, com participação de 58% no market share e 48 títulos, incluindo as publicações da editora Azul. Até então, as revistas *Veja* e *IstoÉ* detêm cerca de 25% do mercado de circulação e quase 30% do mercado total dos investimentos publicitários do meio revista. Para o diretor comercial da Globo, Ênio Vergeiro, o mercado editorial ainda tem muito a crescer. "O lançamen-

### Investimento Publicitário (US\$ Bilhões)

1993	1994	1995	1996	1997
3.007	4.556	6.490	7.696	8.648

Fonte: Projeto Intermeios

### Faturamento Bruto anual das revistas (US\$ Milhões)

1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
176	161	183	291	457	503	580

Fonte: Projeto Intermeios

to de *Época* poderá causar alguma alteração no ranking das mais vendidas, mas pelo menos no que se refere ao mercado de revistas semanais, há tranquilamente espaço para três publicações do gênero", assegura ele.

### Revistas dirigidas também apresentam crescimento

O mercado de publicações técnicas também está em crescimento. Em 1997, o setor faturou cerca de US\$ 240 milhões, 14,28% sobre o ano anterior, quando o resultado foi de US\$ 210 milhões, de acordo com levantamento da Associação Nacional de Editores de Publicações Técnicas, Dirigidas e Especializadas (Anatec). A entidade reúne 47 editoras que juntas somam 146 títulos. São mais de cinco milhões de exemplares distribuídos periodicamente por estas editoras, segundo o presidente da entidade, Fernando Banas.

De acordo com dados da Anatec, anualmente são lançados de 12 a 15 novos

títulos. Um exemplo é a revista *Escritório Inteligente*, da editora Full Time, que deve começar a circular no próximo mês. A nova publicação mensal terá tiragem de 12 mil exemplares e distribuição gratuita em empresas de todo o país com faturamento acima de US\$ 5 milhões/ano.

### Artesanato e jogos lideram lançamentos

A corrida atrás de públicos específicos faz com que as editoras lancem cada vez mais títulos seguindo segmentos dirigidos. O crescimento no número de títulos em 1997 sobre 1996 foi de 9%. Dos 757 lançamentos no período, os gêneros que mais ganharam produtos foram os de informações e atualidades, que passou de 4 lançamentos, em 1996, para 11 lançamentos em 1997; jogos eletrônicos, com 7 e 16, respectivamente, artesanato com linha, de 20 para 34 lançamentos, artesanato leve, de 7 para 18 e estética que saltou de 4 para 11 lançamentos.

O segmento líder absoluto, o de revis-

tas pornográficas e eróticas, após uma queda de 199, em 1995, para 93 títulos lançados, em 1996, começa a se recuperar com 102 lançamentos em 1997. Com relação à periodicidade, as revistas quinzenais são as que mais cresceram no último ano.

### Consumo pequeno

Segundo dados da Distribuidora Nacional de Publicações (Dinap) apesar do crescimento no número de editoras, de 350 em 1995, para 370, em 1997, de lá para cá, o volume de exemplares vendidos em banca teve uma pequena queda de 1,6%, passando de 250 milhões para 246 milhões, revelando um consumo per

Market Share 1997				
Revista	Jornal	Rádio	TV	Outros
9%	23%	4%	60%	3%
Fonte: Projeto Intermeios				

capita de 1,53 exemplar por habitante ao ano, e indicando que ainda há muito espaço para crescer.

### Número de lançamentos por periodicidade

Títulos normais			
	1995	1996	1997
semanal	1	2	1
quinzenal	7	20	23
mensal	87	129	120
bimestral	6	14	14
trimestral	2	2	4
semestral	-	2	-
anual	5	3	5
indefinido	764	496	505
total	872	668	672



## Época, último grande lançamento do setor demandou investimento de R\$ 32 milhões

ras chegava a 30 mil. As vendas em banca também não ficaram de fora e nas dez primeiras edições o preço promocional de Época será R\$ 2,80.

A mais nova publicação da Editora Globo já nasceu com ares de quem será o carro chefe da casa. Segundo o diretor Comercial, Ênio Vergeiro, a circulação inicial atingiu 250 mil exemplares, subiu para 280 nas edições seguintes e a meta, segundo ele, é chegar aos 360 mil exemplares nos próximos 12 meses. Sorte dos leitores, que ganharam mais uma opção do gênero. A revista traz um novo conceito editorial, com textos mais curtos, porém profundos, muita cor e ilustração.

Os números vultuosos mostram a solidez da empreitada. O projeto, informou Vergeiro, demandou investimento total de R\$ 32 milhões. Só em marketing foram consumidos R\$ 10 milhões, no primeiro momento. Mais R\$ 15 milhões foram injetados na gráfica para a viabilização do projeto. A revista, lançada com o mote mais moderna, mais completa, mais objetiva foi inspirada nos moldes da revista Focus, da Alemanha, que foi lançada em 1993 e hoje é o título com maior número de anunciantes daquele país. Vergeiro alerta, porém, que está garantido o número de cem páginas de material editorial e não mais que 48 páginas de anúncio a cada edição.

Mesmo antes de chegar às bancas, a Revista Época contava com 10 mil assinantes. Fruto de um trabalho porta-a-porta, após a remessa de 1 milhão de exemplares de anúncios, informando sobre o desconto de 30% sobre o preço de capa. Três semanas depois, o número de assinatu-



*Tabacof: Mais uma etapa no processo de consolidação do setor*

# BORIS TABACOF assume a Bracelpa

*Novo time eleito para conduzir a entidade no próximo biênio quer prosseguir o trabalho que vem sendo desenvolvido pela atual gestão. Chapa única confirma consenso do setor.*

Dando continuidade aos rumos da gestão política e administrativa que vêm sendo traçados pela atual Diretoria, conduzida por Osmar Elias Zogbi, a Associação Brasileira de Celulose e Papel - Bracelpa, estabeleceu chapa única para a renovação da diretoria da entidade, para o biênio 1998-2000. A chapa, encabeçada por Boris Tabacof, acaba de ser eleita, assim como os novos membros do Conselho Deliberativo, composto das maiores expressões empresariais do setor. Para a presidência do Conselho foi reeleito Ruy Haidar e para a vice-presidência, Horácio Lafer Piva.

No Sindicato da Indústria do Papel, Celulose e Pasta de Madeira para Papel, no Estado de São Paulo - SIP prevaleceu o consenso da chapa única. Para a presidência foi reeleito Dante Emílio Ramenzoni.

Ao assumir a presidência da Bracelpa, o empresário Boris Tabacof estará dando início a mais uma etapa no processo de consolidação das instituições representativas do setor, buscando dar continuidade ao trabalho realizado por seu antecessor, Osmar Zogbi, mas imprimindo, ao mesmo tempo, à entidade sua marca registrada como executivo que já ocupou vários cargos importantes, como a presidência da Abecel - Associação Brasileira dos Exportadores de Celulose, da extinta Associação Paulista de Fabricantes de Papel e Celulose e diretoria do Departamento de Economia da Fiesp, além de atuar no setor há 23 anos, ocupando cargos no Conselho de Administração da Companhia Suzano de Papel e Celulose e da Bahia Sul Celulose.

De acordo como definiu o próprio empresário, sua gestão terá como eixo de atuação a defesa dos interesses do setor, realizando um trabalho que busque agregar recursos e pessoas, evitando, assim, o desperdício de energia. A intenção, segundo ele, é trabalhar num modelo de gestão que possibilite o casamento entre a representatividade política do setor como um todo, bem como a realização de ações práticas que projetem melhor o futuro.

A agenda, segundo Boris, "inclui contatos com autoridades, como já vem sendo feito, e aprimoramento da gestão no que se re-



fere à busca de financiamento para o setor”. Na prática, significa atuar mais em sintonia com as agências de financiamento de longo prazo, tais como o BNDES, que sempre teve uma forte interface com os fabricantes de papel e celulose, financiando grandes projetos de expansão da capacidade.

Também está na mira do novo presidente da Bracelpa trabalhar pelo fortalecimento do setor florestal, que representa o sustentáculo para a produção de celulose e papel, fornecendo matéria-prima.

**Conduzindo com união** - Osmar Elias Zogbi, que conduziu os destinos da associação até agora e promoveu a união das entidades congêneres, fortalecendo a atual Bracelpa, diz que a sua sucessão representa a continuidade de um programa em que todos se empenharam. “Apesar das vicissitudes e dos solavancos do ambiente econômico, com todas as suas mutações de origem exógena decorrentes do processo de internacionalização ou determinadas por ações internas, conseguimos diagnosticar com maior precisão o nosso setor e, de forma realista, acompanhar as alterações im-

postas ao nosso processo produtivo. Nosso objetivo, tal como o da nação, é o do desenvolvimento auto-sustentável sadio”, acentuou Zogbi.

Segundo o presidente que encerra seu mandato, o setor soube exercer seu poder político de forma saudável, objetivando, sempre, adequar o comportamento das empresas à globalização irreversível, não obstante “algumas distorções de ordem interna, muitas delas em consequência do retardamento de reformas profundas, deixassem em situação inferior de competitividade as empresas brasileiras”. Zogbi diz que sua gestão — tanto quanto agora, a de Tabacof, — buscou, em sua essência, superar desigualdades impostas pela concorrência em consonância com o governo, considerando que o trabalho exigia uma atuação conjunta que ainda não está concluída.

Osmar Zogbi é da opinião de que o Brasil não pode, de maneira alguma, “perder os espaços duramente conquistados no mercado internacional, depois de um programa de excelentes resultados no qual o setor de celulose e papel superou a dependência externa desses produtos para se transformar num

fornecedor importante ao mercado mundial”. Nos últimos anos o segmento promoveu fortes investimentos no aprimoramento da produção e na eficiência da gestão administrativa, com fortes resultados no aumento da produtividade. “A par disso, nossas empresas investiram e investem fortemente nos fatores sociais básicos, como saúde, habitação, saneamento e educação, beneficiando diretamente sua força de trabalho, mas como repercussão irradiada a toda a comunidade em sua volta” lembra Zogbi. Ele enfatiza que, em consequência, registrou-se um significativo crescimento do setor nas últimas duas décadas, com elevada absorção de capitais em projetos de longa maturação. Um crescimento que foi fruto de ações concretas que combinou, num balanceamento pragmático, os interesses do país e das empresas de celulose e papel.

Zogbi conclui suas declarações augurando boa gestão à nova diretoria da Bracelpa que, na sua opinião, deverá marcar, tal um corolário iniciado na gestão de Horácio Cherkassky, a que ele deu seqüência, um novo ciclo de investimentos do setor e sua conseqüente adequação à vocação e competência brasileiras de se transformar num dos maiores celeiros produtores de celulose e papel, no milênio que se aproxima, fazendo suas à sua inegável e natural vocação para o desenvolvimento florestal sustentável, sem qualquer ameaça predatória ao ambiente ou às florestas nativas remanescentes, objeto de preservação das empresas do segmento.

### A história da Bracelpa

Em 15 de abril de 1932, surgia, no Rio de Janeiro, a Federação dos Fabricantes de Papel, tendo como presidente Cícero da Silva Prado. Em 1968, a entidade transformou-se em Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose e seu presidente era Luiz Chaloub. Devido a maior atuação da congênera paulista, a ANFPC acabou sendo transferida para São Paulo em 1971. Na época, o presidente eleito para o triênio que se iniciava foi Jamil Nicolau Aun. Para sucedê-lo, foi eleito Samuel Klabin, também reeleito para o triênio 78/80. Mas em mar-



Zogbi: O setor soube exercer seu poder político de forma saudável.

ço 1979, ou seja, antes do término do mandato, assumia o saudoso Horácio Cherkassky, que esteve à frente da entidade até morrer, em julho de 1994, quando Osmar Elias Zogbi o substituiu na presidência..

O primeiro GT - Grupo de Trabalho da entidade ANFPC foi constituído em 1961, tendo como integrantes Omar Simão Racy, Edmundo Cavallari e Marcello Pilar. O grupo de trabalho, na época, concluiu pela necessidade de um amplo levantamento das empresas de celulose e papel, o que resultou no primeiro cadastro dimensionando o setor em todo o território nacional. Esta é na verdade a origem do Relatório Estatístico que até hoje é atualizado pelo GT-6 (Estatística) da Bracelpa. A partir daí, os Grupos de Trabalhos passaram a ser peças importantes e dinâmicas dentro da associação.

A grande virada do setor e da própria entidade que o representa se deu com a combinação de três fatores isolados: o know-how acumulado pelos empresários em lidar com matérias-primas e mão-de-obra nacionais, a maturação dos maciços florestais e a inclusão do I Programa Nacional de Papel e Celulose no 2º Programa Nacional de Desenvolvimento - PND, que possibilitou recursos importantes para que a indústria de celulose e papel atingisse economia de escala.

Objetivando seu fortalecimento e atuação como prestadora de serviços, a entidade passou por um profundo processo de reestruturação e modernização, iniciado em

1992. Para a tarefa, a diretoria escolheu Mário Higino Neves Mello Leonel, advogado pela Universidade Mackenzie Pós-Graduado em Administração de Empresas pela FGV em 1967.

Nesse contexto, as mudanças na ANFPC para se adequar às fortes transformações ocorridas no Brasil e no mundo, seguindo o caminho da profissionalização, começaram com a reorganização interna, reformulação dos estatutos, criação de novas áreas de responsabilidade, Grupos de Trabalho e Vice-presidências ligadas aos mercados e a temas de interesse setorial e a própria Diretoria Executiva.

Os grupos de trabalho também foram reformulados, passando a atuar em diversas frentes, desde o estudo da matéria-prima até a distribuição do produto final, passando por áreas técnicas, florestais, financeiras, contatos governamentais, estatísticas e relações trabalhistas, entre outras. "Os GTs permitem maior troca de informações entre os associados, assessoramento na tomada de decisões das áreas afins e até, em alguns casos, conhecimento de novas técnicas e produtos", assinala Mário Leonel.

Em 1997 outro passo importante foi dado dentro da estratégia de fortalecimento da imagem e da representatividade do setor no país e no exterior. Através de assembléia geral da ANFPC e Abecel - Associação Brasileira dos Exportadores de Celulose, foi formalizada a fusão das duas entidades, surgindo a Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel.

A união aconteceu no momento em que a indústria de celulose e papel anunciava seu programa de investimentos da ordem de US\$ 13,8 bilhões, dos quais US\$ 3 bilhões já em execução, com o objetivo principal de promover a competitividade da indústria brasileira de celulose e papel, remover os obstáculos ao seu desenvolvimento e, conseqüentemente, obter condições compatíveis às dos concorrentes internacionais.

No setor de publicações, outras iniciativas estão sendo implementadas, entre elas a elaboração do primeiro Relatório Anual e do primeiro Relatório Social da Bracelpa, ambos nas versões em português e inglês.

Atualmente, a Bracelpa está mantendo contatos com a recém-criada CAMEX - Câmara de Comércio Exterior, subordinada à Casa Civil da Presidência da República, visando a implementação do programa de expansão das exportações do segmento industrial. Junto ao ministério das Relações Exteriores está sendo implementado o programa de Promoção e Divulgação que objetiva mostrar nos principais mercados mundiais os avanços brasileiros nas áreas florestal, industrial, de meio ambiente, tecnológicos, qualitativos e das pesquisas e apoio ao programa social que vem sendo implementado no setor. Além disso, a entidade vem cumprindo seu compromisso setorial na ampliação e aprimoramento de contatos políticos com as autoridades governamentais, de forma a manter sempre um intenso fluxo de comunicação.



Jamil Nicolau Aun



Samuel Klabin



Horácio Cherkascky

BRACELPA  
Associação Brasileira de Celulose e Papel

Gestão 1998 / 2000

**PRESIDENTE:** Boris Tabacof

Vice-Presidentes:

Osmar Elias Zogbi  
Raul Calfat  
Josmar Verillo  
Carlos Augusto Lira Aguiar

Vice-Presidentes de produto:

Carlos Augusto Lira Aguiar  
Donald Mota  
Raul Calfat  
Mauro Antonio Cerchiari  
Ítalo Trombini Filho  
Ruy Haidar  
Marcos Francisco Gardano  
Walter Zarzur Derani  
Dante Emílio Ramenzoni

Conselho Deliberativo:

Presidente: Ruy Haidar

Vice-Presidente: Horácio Lafer Piva

Adhemar Magon  
Armando Klabin  
Célio Virgínio dos Santos Filho  
Cláudio Lobl  
Daniel Feffer  
Erling Lorentzen  
Ingo Plöger  
José Mário Augusto  
José Roberto Ermírio de Moraes  
Manuel Horácio Francisco da Silva  
Miguel Sampol Pou  
Murilo César L.S. Passos  
Odair Alonso Garcia  
Otávio Pontes  
Paulo Monnerat do Valle  
Roberto Gimenes Sanches  
Vitor Manoel Domingues da Costa

CONSELHO FISCAL

**Titulares:**

Georges Henry Grego  
Lenomir Trombini  
Nelton De Zorzi

**Suplentes:**

Carlos G.C. Farah  
José Bernardino P. dos Santos  
Vicente Forte Filho

**DIRETOR EXECUTIVO:** Mario Hígino N.M. Leonel

Sindicato da Indústria do Papel, Celulose e Pasta de Madeira  
Para Papel, no Estado de São Paulo

Gestão 1998 / 2000

**PRESIDENTE:** Dante Emílio Ramenzoni

Vice-Presidentes:

Georges Henry Grego  
Adhemar Magon  
Carlos Alberto Bifulco  
Ingo Plöger  
José Bignardi Netto  
Mauro Neto  
Odair Alonso Garcia  
Raul Calfat  
Segismundo Romano José Celani

Diretores:

Airto Martins Silva  
Cláudio Monte Cassiano  
Fábio Maluf Haidar  
João Farias Júnior  
José Francisco Pereira Garcia  
José Gil Pereira  
Raul Figueiredo  
Sérgio L. Bartolomucci

CONSELHO FISCAL

**Efetivos:**

Murilo Ribeiro de Araújo  
Nelton De Zorzi  
Olympio da Silva Caseiro

**Suplentes:**

Flávio Rodrigues  
Renato Trecenti  
José A. Goulard

DELEGADOS REPRESENTANTES JUNTO À FIESP

**Efetivos:**

Osmar Elias Zogbi  
Boris Tabacof

**Suplentes:**

Ruy Haidar  
Dante Emílio Ramenzoni

**DIRETOR EXECUTIVO:** Mario Hígino N.M. Leonel

## FRASES

# Boris Tabacof

**"A indústria brasileira de celulose e papel, que nasceu e cresceu sob o signo da competição, tem plena consciência de que deve aumentar a sua escala, manter-se afiada na atualização tecnológica e fortalecer sua base de capital".**  
(set/97)

"No mundo real dos empresários, o sucesso das iniciativas depende de uma boa mistura de conhecimento e de intuições, de ser, ao mesmo tempo, visionário e calculista"  
(set./97)

**"A política cambial deve continuar gradualista, para não impactar na inflação e ameaçar a estabilidade. A questão é a dosagem"**  
(abr/97)

"Somos herdeiros da História; se a gente não conhece História não sabe quem é e para onde vai."

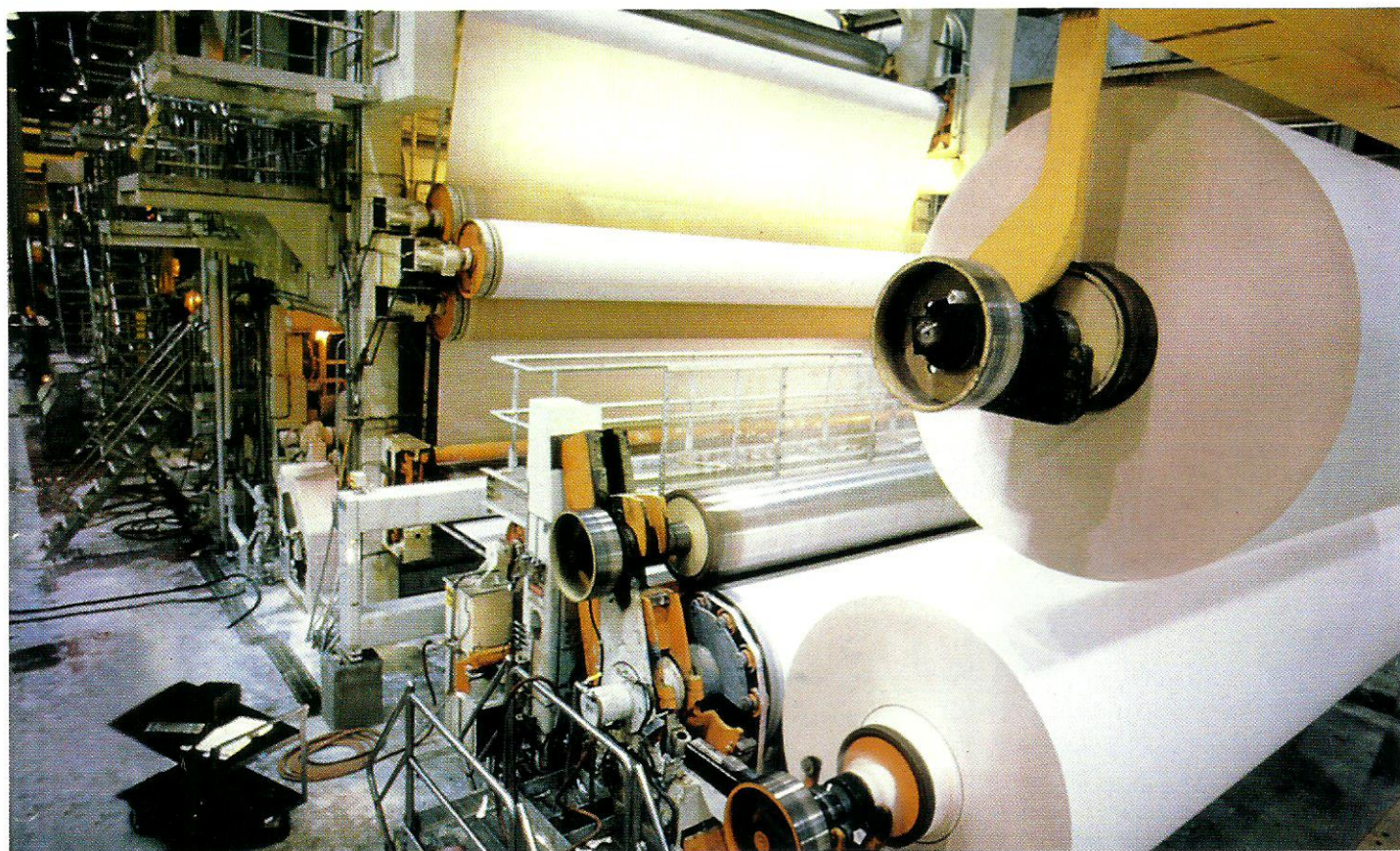
**"Para que essa correria, esse desespero pelo brilho social, pelo poder? O que sobra são os valores espirituais".**

# FUSÕES

## Setor redefine atuação para enfrentar concorrência

*Empresas buscam nas associações o caminho para atingir a competitividade, escala de produção e custos de que necessitam para enfrentar o mercado globalizado*


Maroni J. Silva



A crescente concentração de grupos empresariais como estratégia para operar na economia globalizada, onde a disputa pelos mercados ocorre entre gigantes, começa a afetar também as fábricas de celulose e papel. O setor ainda bastante pul-

verizado, no Brasil, é caracterizado por um leque de pequenas, médias e grandes empresas. De acordo com a avaliação de empresários e analistas de investimentos, embora o setor tenha um peso significativo na economia brasileira, onde responde por 1,3% do

PIB, terá que redefinir a sua atuação, como já está ocorrendo com algumas empresas, buscando parcerias que possibilitem ampliar a escala de produção, investir cada vez mais em tecnologia, logística, marketing, técnicas de vendas e gestão de negócios, ga-



HÁ QUANTO TEMPO  
VOCÊ NÃO OUVIU  
UMA HISTÓRIA SOBRE  
FLORESTA ENCANTADA?

*Maria-leque: ave rara da família do bem-te-vi, que habita as áreas de mata nativa secundária das florestas Klabin. Ave símbolo da Fazenda Monte Alegre.*

*Esta é a história do carinho e proteção que a Klabin dedica às suas florestas plantadas de pinus, eucalipto e araucária nos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Graças à adoção pioneira de um programa de "Desenvolvimento Sustentado", a Klabin harmoniza suas atividades produtivas com a natureza, garantindo a biodiversidade e o equilíbrio dos ecossistemas das regiões onde atua. Ao todo são 230 mil hectares de reflorestamentos e 100 mil hectares de matas nativas preservadas e protegidas, que por estarem interligadas favorecem a auto-sustentabilidade de plantas e animais. Em seu Centro de Interpretação da Natureza, visitado principalmente por estudantes, a Klabin incentiva a educação ambiental através de atividades relacionadas ao conhecimento e à preservação do meio ambiente. Esta é a história das florestas encantadas da Klabin. Uma história onde desenvolvimento e preservação convivem em harmonia para sempre.*



Indústrias Klabin de Papel e Celulose SA

rantindo, assim, níveis de competitividade compatíveis com os grandes *players* globais.

Alguns grupos brasileiros que já vinham perseguindo esta trajetória, como é o caso da Votorantin Celulose e Papel (VCP), terceira no ranking nacional do setor e que é fruto da fusão de outras empresas, como Papel Simão e Celpav, trabalham com a expectativa de que a consolidação do setor é inevitável, como afirmou seu diretor superintendente, Raul Calfat. E a recente fusão da Stora AB, da Suécia, com a Enso Oyj, da Finlândia, formando uma terceira empresa, tornou ainda mais urgente a necessidade das empresas brasileiras refletirem sobre seu futuro, conforme avalia Werner Müller Roger, analista regional para a América Latina, do Citibank.

### **Cada empresa irá definir qual o melhor caminho**

Pelos cálculos do analista do Citibank, a Stora e a Enso juntas terão uma capacidade para produzir algo em torno de 16 milhões de toneladas/ano de celulose. Este número representa 10 milhões de toneladas a mais que toda a produção brasileira de 1997, estimada pela Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa) em 6,3 milhões de toneladas, para uma capacidade instalada de 7,1 milhões de toneladas. Em termos mundiais, a posição brasileira é mais forte na celulose de eucalipto, respondendo por 46% do mercado. Vale ressaltar ainda que a Aracruz, maior fabricante nacional de celulose, com 1,2 milhão de toneladas/ano e responsável pelo abastecimento de 20% do mercado internacional, produz o equivalente a 8% da produção do novo gigante do mercado internacional de papel e celulose.

Não existe, até o momento, um pronunciamento hegemônico do setor diante desta realidade. Cada empresa irá definir, individualmente, qual o melhor caminho a seguir, conforme comentou o presidente da Bracelpa, Bóris Tabacof. A discussão sobre o assunto é mantida quase que em segredo, talvez porque, até prova em contrário, toda empresa está de olho em outra que possa reforçar sua posição no mercado, como determina a lógica das fusões e incorporações, que

*“A recente fusão da Stora AB, da Suécia, com a Enso Oyj, da Finlândia, tornou ainda mais urgente a necessidade das empresas brasileiras refletirem sobre seu futuro”*

**Werner Müller Roger**

rendeu ao Brasil, no primeiro trimestre deste ano, US\$ 3,2 bilhões somente com o ingresso de capital estrangeiro, segundo levantamento feito pela consultoria KPMG.

O setor mais cobiçado pelos investidores até o momento é o financeiro, onde de 12 transações realizadas no período analisado pela consultoria, nove foram feitas por estrangeiros, contra apenas três por capital nacional. O setor químico ficou em segundo lugar, com 11 transações, 100% delas com cobertura do capital estrangeiro. No total, foram realizadas 1.295 fusões e aquisições de empresas, das quais 684 tiveram a participação estrangeira, o que mostra, segundo a KPMG, que a economia brasileira está sendo acompanhada muito de perto pelos investidores internacionais.

No segmento de madeira e papel, a disputa, por enquanto, está empatada em três a três. Mas o jogo pode mudar a qualquer momento, como aconteceu recentemente com a Klabin, maior fabricante de produtos florestais na América Latina, que deci-

*“Cada empresa irá definir, individualmente, qual o melhor caminho a seguir”*

**Boris Tabacof**

diu formar uma joint venture com a Kimberly-Clark Corporation, líder mundial no mercado de papéis sanitários e de produtos de higiene, para a qual vendeu 50% da Klabin Tissue S/A, subsidiária da IKPC – Indústrias Klabin de Papel e Celulose S/A, a exemplo do que foi feito em 1997, quando as duas empresas constituíram, na Argentina, a KCK Tissue S/A, que já iniciou a produção e a comercialização de papéis sanitários naquele país, visando reforçar a posição no Mercosul, onde a integração no setor tem muito o que evoluir.

Pela parceria feita no Brasil, conforme comunicado oficial da Klabin distribuído à imprensa, a Klabin Tissue receberá um aporte da Kimberly-Clark correspondente a 31,4% do novo capital da empresa, o que somado à aquisição das participações de terceiros totalizará 50%. Além do reforço de caixa para investimento, a Kimberly transferirá tecnologia para que Klabin Tissue reforce sua posição no mercado nacional, onde já é líder no segmento de papéis sanitários, e amplie sua participação em outras áreas.

### **Intensa movimentação**

O fato de que os grupos com alta escala de produção estão adquirindo posições dominantes no mercado internacional, conforme observou Raul Calfat, significa que outros fabricantes de celulose e papel brasileiros, também terão que seguir caminho semelhante, para poder sobreviver. Contudo, não há consenso sobre a aceitação do capital estrangeiro como instrumento de alavancagem para um novo ciclo de produção do setor de celulose e papel. Um executivo dono de uma empresa tradicional do setor, ligado à Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), disse lamentar as estatísticas sobre o predomínio do capital estrangeiro em transações de compra de empresas nacionais.

Contudo, não há como prever, por enquanto, segundo Werner, do Citibank, como ficará o setor no Brasil, futuramente, mas há intensa movimentação, interna e externa, fornecendo elementos e informações para que os analistas prevejam as estratégias em estudo, comparem com o que está acontecendo no resto do mundo e tentem traçar um cenário próximo à nova realidade.

A lógica internacional determina, segundo o representante do Citibank, que os grandes terão mais chance de sobreviver, o que significa que poderá haver uma reestruturação significativa no setor hoje formado por mais de 200 empresas. Com base em informações que circulam no meio financeiro, Werner disse que a estratégia da VCP, que hoje fabrica 350 mil toneladas/ano de celulose e representa uma das mais bem posicionadas junto aos investidores, é crescer agregando à capacidade já existente empresas que possam ser adquiridas pelo mesmo valor que seria aplicado num investimento próprio em expansão de produção, mas que sejam competitivas. Isto significa que o novo parceiro deverá ter um custo de produção compatível com as exigências do mercado e ser competitivo.

### Interesse estrangeiro

A possibilidade de que surja um grande grupo brasileiro com as características de *player* global, segundo os analistas, passa também pela hipótese de que a Vale do Rio Doce, através da Celmar, a Aracruz, a Cenibra e a Bahia Sul, que juntas chegariam a uma produção de cerca de 4,6 milhões de toneladas/ano de celulose, formem uma aliança estratégica, aproveitando a participação acionária que já existe entre algumas delas. Embora as empresas mantenham silêncio sobre suas articulações, nos bastidores há um intenso fluxo de informações e análises dos profissionais que assessoram os investidores estrangeiros interessados em ingressar no setor de celulose e papel brasileiro, tanto que o Citibank concluiu, recentemente, em São Paulo, um relatório sobre o perfil do setor, abrangendo principalmente as maiores empresas, o qual está sendo "encadernado" em Nova Iorque.

O estudo retrata a saúde financeira das empresas, com base em informações oficiais divulgadas através de balanços e de outras fontes a que o banco teve acesso. Entre os tópicos analisados estão os planos e projetos de investimentos que aguardam o momento certo para saírem do papel, os recursos necessários para sua implementação e que tipo de impacto causariam no mercado. O trabalho também avalia as condições das

*"Seja qual for a estratégia das empresas, ninguém deve prescindir de uma análise cuidadosa sobre o perfil e as tendências do mercado internacional observando, com clareza, onde cada um é mais forte"*

**Márcio Lutterbach**

empresas comparativamente aos chamados paradigmas da economia globalizada, tais como escala de produção, qualidade, custos e competitividade.

Seguindo esta linha de raciocínio, Márcio Lutterbach, sócio-diretor da Consultoria KPMG, afirma que outros fabricantes de celulose e papel com boa posição no mercado poderiam também se associar a grupos internacionais, a exemplo da Klabin, aproveitando o interesse do capital estrangeiro pelo Brasil que vem aumentando em virtude da estabilidade econômica e política, dos incentivos fiscais e das dimensões do mercado consumidor. Os dados disponíveis mostram que o Brasil vem tendo um crescimento ex-

*"O fato de que os grupos com alta escala de produção estão adquirindo posições dominantes no mercado internacional significa que outros fabricantes de celulose e papel brasileiros também terão que seguir caminho semelhante para sobreviver"*

**Raul Calfat**

pressivo, por exemplo, na demanda por papéis.

Em 1970, o consumo per capita de papel no Brasil era de 13,7 quilos/ano, passando para 38,2 quilos em 1997, representando cerca de dois terços da média mundial estimada em 50,4 quilos. O crescimento foi puxado, em grande parte, pelos papéis sanitários, cuja evolução vem sendo fortemente beneficiada pela economia estabilizada, que tem estimulado o consumo de produtos populares. Neste segmento, o aumento foi de 9,1% no período, e o consumo per capita chegou a 3,5 quilos, acima, portanto, da média nacional de 3,1 quilos.

### Análise audodosa

Outro segmento com potencial, em termos de consumo, é o papel imprensa, devido ao fato de existirem poucos fabricantes no Brasil. De 1970 a 1996, a produção aumentou em 3,8% e mesmo assim foi necessário importar 60% para atender a demanda interna. O consumo per capita ficou em 4,1 quilos, contra 6,2 quilos da média mundial. A evolução deste segmento depende de disponibilidade financeira, já que o investimento é de longa maturação, e do aumento do interesse pela leitura.

Seja qual for a estratégia das empresas, alerta Lutterbach, ninguém deve prescindir de uma análise cuidadosa sobre o perfil e as tendências do mercado internacional, observando, com clareza, onde cada um é mais forte. A partir desta constatação, diz ele, o passo seguinte é identificar parceiros, nacionais ou estrangeiros, que garantam às empresas melhorar o desempenho em termos de preços, qualidade, valor agregado, ou seja, buscar um diferencial injetando mais tecnologia ao produto, e competitividade.

No caso brasileiro, complementa Werner, do Citibank, algumas coordenadas já estão traçadas. O setor é um grande produtor, tem vantagens competitivas ainda invejáveis, como solo e clima para o plantio de florestas e é competitivo internacionalmente, tanto que exporta boa parte de sua produção de celulose e papel. A questão é como juntar todos estes fatores para que o setor dê um salto quantitativo, em termos de escala de produção, e qualitativo, agregando mais tecnologia aos seus processos e produtos.

# JOSMAR VERILLO

## Somos um ser minúsculo na eternidade

Ana Lúcia Ventorim

**É** na filosofia, sua leitura predileta, que o novo diretor-geral da Klabin, Josmar Verillo, encontra respostas para muitas de suas inquietações e se abastece para as longas horas de trabalho diário. No grupo há apenas 10 anos, um novato de casa para os padrões da companhia, ele é daquele tipo de executivo com enorme capacidade de tomar novos desafios. Foi assim quando assumiu a direção da Empresa de Caolim - antiga subsidiária do grupo - ou mesmo quando foi chamado para ocupar a superintendência da principal unidade da Klabin, no Paraná. Verillo está, aos 46 anos, enfrentando, talvez, o grande desafio de sua vida profissional: comandar a maior indústria de papel e celulose da América Latina, num momento em que agilidade e flexibilidade são palavras-chave para dar a guinada que a companhia pretende rumo à retomada do período de crescimento. Bem preparado para assumir o posto e comandar o "time" que produzirá as mudanças que a Klabin pretende executar, Verillo é administrador formado pela PUC de São Paulo. Fez mestrado em Administração de Empresas pelo Instituto de Estudios Superiores de Administración, Venezuela, em Economia pela Michigan State University, EUA, e doutorado em Economia de Recursos Naturais também pela Michigan. Depois de concluir sua formação, retornou ao Brasil e ingressou na Klabin. Foi uma rápida ascensão. Josmar é um dos mais novos na diretoria. Chegou à superintendência da unidade Paraná em 95, onde ficou até o último dia 30 de abril, quando foi indicado para o posto mais alto da Klabin com a tarefa de substituir Cláudio Lobl, que por 20 anos ocupou o lugar e agora está no Conselho de Administração.



**Celulose & Papel - Como foi sua vida profissional antes do ingresso na Klabin?**

**Josmar Verillo** - Trabalhei nove anos na EBID - antiga Páginas Amarelas - quando também fazia faculdade à noite. Depois trabalhei um ano nas Lojas Brasileiras como gerente administrativo e nesse período lecionei um pouco na rede Anchieta de Ensino. Fui depois para o Rio de Janeiro, por seis meses, para a implantação de uma loja nova, e de lá para a Venezuela, onde fiquei dois anos, num mestrado de Administração com bolsa do Governo venezuelano. Também trabalhei na Embaixada do Brasil, como res-

ponsável pelo setor econômico.

**C&P - O que fazia lá?**

**Verillo** - Fazia relatórios sobre o desempenho das atividades econômicas na Venezuela, como o setor petrolífero, que era muito forte, para informar os diplomatas do Itamaraty. O mestrado era tempo integral, num instituto pequeno, com trinta PhDs norte-americanos e cerca de 30 alunos. Era muito concentrado, de alto nível. Estudamos muito filosofia, tivemos muita ênfase em quantitativas também. De lá fui para a Inglaterra onde fiquei um ano, trabalhando na embaixada do



Brasil, num serviço burocrático. O objetivo também foi aprender inglês. Depois disso fui para os Estados Unidos, e lá fiquei por cinco anos fazendo mestrado e doutorado em economia e quando conclui voltei ao Brasil para trabalhar na Klabin.

### **C&P - Como foi seu trabalho em pesquisa quando esteve nos Estados Unidos ?**

**Verillo** - Trabalhei com pesquisas de ordem econômica. Ganhei uma bolsa para estudar a persistência da fome no mundo. E o meu trabalho nesta parte de pesquisa também foi estudar serviços de comunidade: como as comunidades, as cidades poderiam organizar melhor os seus serviços públicos, o que poderia ser privatizado. Esta dicotomia que está sempre em questão: o que o setor público faz bem? o que o setor privado faz bem? As universidades norte-americanas estão sempre lidando com este assunto. Os meus trabalhos tiveram muita ligação com esse tipo de questão.

### **C&P - Logo que retornou ao Brasil ingressou na área executiva da Klabin?**

**Verillo** - É. Tive o sonho de voltar a ser professor, uma época. Mas entrei na vida executiva na Klabin e realmente cheguei à conclusão de que me daria muito melhor trabalhando como executivo do que na vida acadêmica.

### **C&P - Como foi sua trajetória até chegar à diretoria?**

**Verillo** - Entrei na diretoria de planejamento, como gerente. Fiquei um ano conhecendo o grupo Klabin e fazendo alguns trabalhos específicos. São muitos negócios, muitas empresas. Leva-se um tempo até se familiarizar com o Grupo. Depois disso, fui responsável pela Empresa de Caolim em Minas Gerais, onde promovemos uma série de reestruturações. Dois anos depois, voltei para a área de materiais da corporativa por um ano e, de lá, para a divisão Paraná como diretor administrativo, onde fiquei dois anos, assumindo em seguida a superintendência da unidade. E agora fui convidado para a direção geral.



*“As empresas de papel e celulose estão muito focadas na produção. Precisamos nos voltar mais para o mercado”*

### **C&P - Você está assumindo a direção no momento em que a Klabin está em processo de mudança. Como manter a liderança da companhia?**

**Verillo** - É um desafio muito grande manter a Klabin na liderança da indústria de papel e celulose no Brasil e na América Latina. Para isso vamos ter de promover uma série de mudanças estruturais de modernização, no aspecto de gestão da empresa. Com a globalização que está ocorrendo, temos de pensar em associações, em focalizar as nossas forças nos negócios em que temos vantagem comparativa.

### **C&P - É aí que entra o negócio com a madeira...**

**Verillo** - Sim, mas a madeira ainda é um negócio pequeno dentro da estrutura de negócios da empresa. É algo novo em que a Klabin está entrando e que permite o uso múltiplo da madeira. A grande importância deste negócio é que melhora o retorno dos ativos florestais.

### **C&P - E quanto às associações?**

**Verillo** - Estamos estudando diversas alternativas e isso deve ocorrer no devido tempo. As associações estão ocorrendo no mundo todo. É um movimento importante para você se firmar em algum mercado, ganhar competitividade. A Klabin está dentro deste movimento. É lógico que temos que estudar as oportunidades, onde teríamos ganhos com associação, porque associar por associar não faz muito sentido.

### **C&P - No Brasil as coisas andam um tanto lentas neste aspecto?**

**Verillo** - É que a economia brasileira ficou fechada durante muito tempo. Ficamos isolados do resto do mundo durante um longo período e agora, com a abertura, com a estabilização da economia, eliminou-se uma barreira. As empresas mundiais estão estudando seriamente o Mercosul, é lógico que o Brasil está entrando nesta onda agora.

### **C&P - Que fato especial marcou sua vida no Grupo?**

**Verillo** - Foi quando fui nomeado para conduzir a Empresa de Caolim, uma companhia com problemas. E uma das coisas que me marcou foi que cheguei com toda aquela vontade para fazer as coisas, soltei uma circular para todos os empregados sobre mudanças que gostaria de fazer. E esta circular saiu para os 600 empregados que tínhamos na época. Depois soube que quase 50% dos empregados eram analfabetos. Foi algo que me marcou muito, senti que as coisas não são como a gente pensa. Foi o primeiro choque que tive de atuação administrativa.

### **C&P - Como foi conduzir a unidade do Paraná?**

**Verillo** - Foi um desafio dirigir a unidade, implantar mudanças. Lá é um mundo à parte, tem tudo, hospital, hotel, setor florestal, é a maior empresa do grupo. E estruturada, com uma inércia própria, como toda empresa grande. Tem costumes arraigados, a comunidade depende da empresa. Mas as surpresas foram bastante positivas, toda a unidade respondeu às mudanças que fizemos, de modernização de gestão, de reestruturação.

**C&P - Por quanto tempo um executivo deve permanecer num cargo como este que você está assumindo agora?**

**Verillo** - Acho que quando se assume uma posição é preciso fazer cumprir a sua missão e depois preparar um sucessor. O mundo está mudando muito rapidamente, hoje, se você ficar um período muito longo na direção de uma empresa, suas idéias vão envelhecendo. É preciso dar lugar para as gerações novas que estão vindo com mais rapidez. Houve um tempo em que isso era bom. Mas, atualmente, acho que o máximo que a gente deveria se permitir ficar numa posição dessa é dez anos.

**C&P - Você tem recebido apoio dos outros diretores?**

**Verillo** - Tenho recebido um apoio muito grande de todos os outros diretores, mesmo sendo um dos últimos a entrar na empresa. Todos eles querem ver a Klabin uma empresa mais ágil, mais flexível, mais atuante no mercado. Acho que nós estamos formando um time na diretoria que vai ser vencedor. Nós vamos realmente ter chances de realizar grandes mudanças na empresa e de retomar um período de crescimento da Klabin.

**C&P - Como promover esse crescimento?**

**Verillo** - No mundo de hoje, mesmo uma empresa de capital intensivo, precisa ter agilidade, acompanhar o mercado. Uns dos desafios das empresas de papel e celulose é que elas são muito focadas na produção. Nós precisamos ser mais voltados ao mercado. Hoje, a empresa que não for voltada para o mercado, a longo prazo, não sobrevive. E nós temos de dar esta guinada, temos de rever toda esta mentalidade que está resistindo. Todos os colegas da diretoria da Klabin estão enxergando isso. Realmente vai ser um movimento bastante forte dentro da empresa. Se não fizermos isto, outros concorrentes vão fazer e a gente perde oportunidade de crescimento.

**C&P - Qual é a maior barreira que as empresas brasileiras enfrentam hoje?**

**Verillo** - O Custo Brasil. São os impostos, a estrutura tributária brasileira inadequada, infra-estrutura arrebentada. Na medida que isso melhorar, certamente o Brasil vai se tor-

nar cada vez mais atrativo.

**C&P - E especificamente no setor de celulose e papel, quais são os problemas?**

**Verillo** - Os nossos concorrentes, em nível mundial, têm alguma forma de incentivo ao reflorestamento. A floresta é algo que dá retorno a longo prazo. A indústria não pede subsídios nenhum ao Governo, ela só quer ter condição de igualdade. Na indústria florestal, hoje, as taxas de juros vigentes são proibitivas. Não há como a indústria florestal se sustentar. Algo tem que ser feito porque para o avanço na indústria de papel e celulose no Brasil, as companhias vão enfrentar problemas de falta de florestas.

**C&P - Qual a importância do certificado FSC ( Forest Stewardship Council) que a unidade Paraná recebeu? No que ela se diferencia da ISO 14.000?**

**Verillo** - A ISO 14.000 analisa os aspectos ambientais e econômicos da empresa. A FSC analisa ambientais, econômicos e sociais. Observa como a empresa se comporta socialmente nos negócios, colhendo opiniões junto às instituições governamentais, sindicatos, igrejas, associações. A certificação cria um fator positivo para o desenvolvimento de negócios de sólidos de madeira, no que se refere à exportação.

**C&P - No ano passado, o setor de celulose e papel não esteve muito bem. Qual a sua visão do que pode ocorrer daqui para frente?**

**Verillo** - Esta ciclicidade da indústria já é histórica, é difícil compatibilizar a oferta e a demanda. Estão sempre ocorrendo crises e agora nós estamos no período mais baixo do ciclo, tivemos um 96 ruim e um 97 pior ainda. Esperamos que 98 marque o início da recuperação.

**C&P - Por que a disposição da Klabin em concentrar esforços no Mercosul?**

**Verillo** - É uma tendência natural porque é um mercado onde somos mais competitivos. O crescimento da demanda tem sido grande tanto no Brasil como no Mercosul, uma série de produtos que antes não tinham deman-

da, agora estão passando a ter, criando um mercado para a gente entrar e atender. Por isso estamos nos dedicando bastante ao Mercosul.

**C&P - Uma das ênfases de sua administração será também o setor de RH. De que forma?**

**Verillo** - Nós vamos dar ênfase muito grande ao desenvolvimento de pessoal, recursos humanos estratégicos para o grupo. E isso vai envolver diversos programas como remuneração vinculada a resultados, treinamentos intensivos a gerentes e diretores, preparando as sucessões em diversos níveis. É muito importante para o setor e para a empresa que tem atuação de longo prazo, que tenha recursos humanos muito bem preparados. Faz parte da concorrência em nível mundial.

**C&P - Você é de São Paulo?**

**Verillo** - Sou do interior de São Paulo, Ribeirão Bonito, mas morei grande parte de minha vida na Capital, desde os dezesseis anos.

**C&P - Tem filhos?**

**Verillo** - Tenho dois, um tem 7 e o outro tem 5, chamam-se Felipe e Ricardo.

**C&P - E sua esposa?**

**Verillo** - É a Fernanda, ela é mineira, nós nos conhecemos em Londres e nos casamos lá e depois fomos para os Estados Unidos.

**C&P - Como é o seu dia de trabalho?**

**Verillo** - Um pouco mais intenso do que gostaria. O período que a gente tem que passar dentro da empresa tem sido muito intenso, tanto no Paraná como em São Paulo. Mas espero dentro de um período breve diminuir um pouquinho o ritmo do trabalho para ter um equilíbrio maior entre a vida pessoal e a profissional. Sem esse equilíbrio a nossa produtividade cai muito.

**C&P - Você tem algum hobby?**

**Verillo** - Não, mas leio muito, revistas, livros e inclusive antes de começar este ritmo bastante frenético na empresa, li bastante filosofia, Platão, Aristóteles, Nietzsche, Heidegger. O gosto pela filosofia começou na Venezuela, quando fiz um curso de mes-

trado e tive um professor que nos obrigou a ler praticamente todos os clássicos da filosofia ocidental. Sempre que posso releio alguma coisa. Isso ajuda bastante no equilíbrio emocional.

**C&P - Dá para aplicar no dia-a-dia, no trabalho?**

**Verillo** - Muito. A República de Platão, por exemplo, li diversas vezes. É incrível como tem muito de discussão de liderança. Eu diria que muitas coisas que li nestes livros acabo aplicando no dia-a-dia.

**C&P - Qual é o seu filósofo preferido?**

**Verillo** - Gosto muito de Platão. Dos mais recentes li quase todos os trabalhos do filósofo alemão Martin Heidegger. Realmente encontrei respostas para muitas inquietações....

**C&P - Quais, por exemplo?**

**Verillo** - Essa leitura dá uma idéia de como é passageira nossa vida na Terra, nos torna mais humildes, tira a necessidade de se apegar a religião. Você vê que realmente é um ser minúsculo dentro da imensidão da eternidade. Basicamente você se tranqüiliza com o nada que você é. Esta é a lição maior que tiro de toda essa leitura.

**C&P - E esporte você pratica algum?**

**Verillo** - Ando de bicicleta, faço caminhada, quase todos os dias. Ando mais em São Paulo do que andava no Paraná, onde temos a fábrica, um lugar paradisíaco, com todo o clima para se praticar esporte. Às terças-feiras à noite, saio de bicicleta com um bando de aficionados chamado "Night Bikers". É uma maneira de sair da rotina.

**C&P - Você foi o idealizador da ciclovia no Paraná, como foi?**

**Verillo** - Nós temos lá um parque ecológico que é visitado por mais de 20 mil estudantes todos os anos, para trabalhos de educação ambiental, temos uma vila muito bonita da empresa, onde mora o pessoal da



*"A filosofia ajuda bastante no equilíbrio emocional"*

administração e os técnicos, e há também um hotel. Nós fizemos um elo de ligação entre a vila e o parque ecológico pelo meio da floresta, onde você encontra espécies centenárias, araucárias de 250 anos, perobas, tudo muito bonito, muito gostoso, só para o uso da comunidade.

**C&P - E quanto a política, você se interessa?**

**Verillo** - Um pouco. Me interessa muito por política econômica. Na Venezuela passei a me interessar por economia. Quando fui para os Estados Unidos passei a estudar economia, e os meus temas de estudo, exceto no final quando me especializei em recursos naturais, sempre foram política econômica, que tipo de política o governo tem que praticar para permitir o desenvolvimento mais rápido do país. Por política

em si, partidária, não me interessa, acompanho tudo mas não sou participante.

**C&P - No início da entrevista você falou das pesquisas sobre a fome no mundo. Qual a conclusão do seu trabalho?**

**Verillo** - Esta bolsa que ganhei nos EUA passou a existir porque dois irmãos milionários, os irmãos Thoman, que não tinham filhos, faleceram e deixaram a fortuna deles num fundo na Michigan University. Este fundo era para dar bolsas para estudantes de fora dos Estados Unidos que se interessassem pelo tema da fome e que depois tinham que voltar para seus países. Ganhei uma dessas bolsas e a gente estudou bastante o porquê da fome. Mesmo nos Estados Unidos, que é um país desenvolvido, o problema existe. E a conclusão, que não foi só minha, mas de todo o grupo que estudou estas questões, é de que o governo ataca o problema da fome pelo lado errado, todo mundo fala em aumentar a produção de alimentos, mas se aumentar a produção de alimentos o preço cai e os produtores deixam de

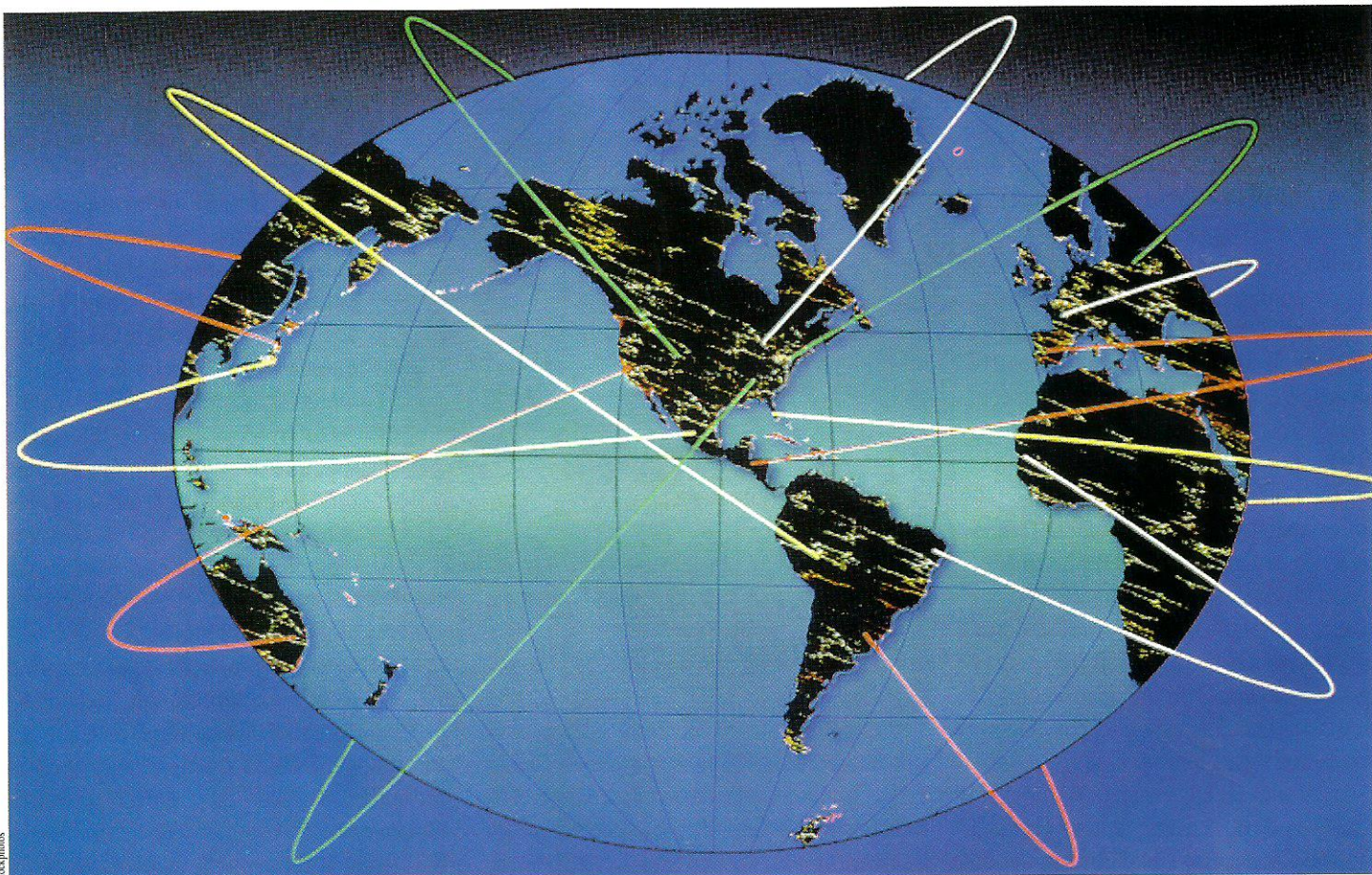
produzir. O problema da fome tem que ser tratado pelo lado da renda, tem que melhorar o nível de renda da população, e renda tem haver com produtividade, sem isso o problema da fome não será resolvido.

**C&P - O glamour em torno da vida de executivo é verdadeiro?**

**Verillo** - Não vejo glamour, vejo muito trabalho. Acho que é um pouco de mito. O que a gente tem mesmo é uma vida de trabalho bastante sacrificada. É preciso lutar para conseguir um equilíbrio entre a vida pessoal e a vida profissional, que demanda muito. E se você não tomar cuidado acaba sacrificando sua vida pessoal e isso não é bom nem para empresa, nem para o profissional. Um executivo emocionalmente equilibrado contribuir mais para o sucesso da empresa.

# Comércio virtual movimentará US\$ 300 bilhões até o ano 2000

*A Internet deverá impulsionar as trocas mundiais nos próximos anos. A principal conclusão do estudo do BNDES é que o comércio eletrônico terá um impacto direto no setor de varejo tradicional*



Desde que teve o seu uso comercial liberado pela primeira vez, no ano passado, nos Estados Unidos, a Internet se transformou no cobiçado canal para um novo tipo de comércio que vem invadindo o mundo inteiro: o eletrônico. Estimativas da OMC - Organização Mundial de Comércio prevêem a existência de 300 milhões de usuários e que, até a virada do século, as transações via rede ultrapassem os US\$ 300 bilhões. A própria instituição garante que o desenvolvimento das vendas virtuais deve beneficiar os países ricos e pobres, além de im-

pulsionar os negócios globais.

E os Estados Unidos já sinalizaram para um acordo isentando de tributos aduaneiros os itens negociados pela Internet. Lá, 8% das negociações envolvendo veículos já são feitas via rede. Quem compra um carro, por exemplo, paga os impostos como se fizesse a compra numa concessionária, sem acréscimo. Para os norte-americanos, o assunto deve seguir alguns princípios básicos entre eles de que o setor privado é que deve encabeçar a expansão do comércio eletrônico. As ações governamentais, por sua vez, deve-

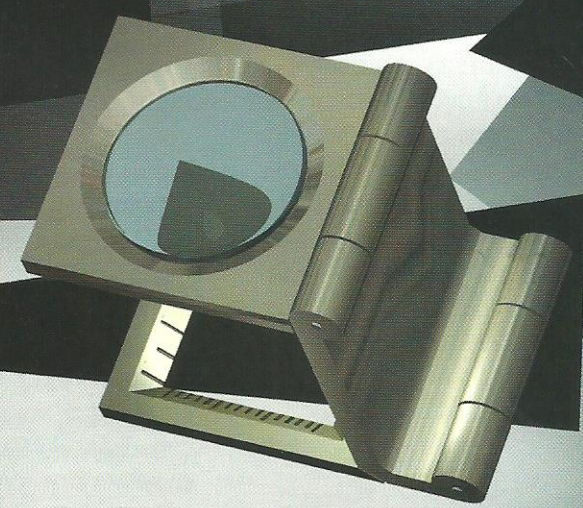
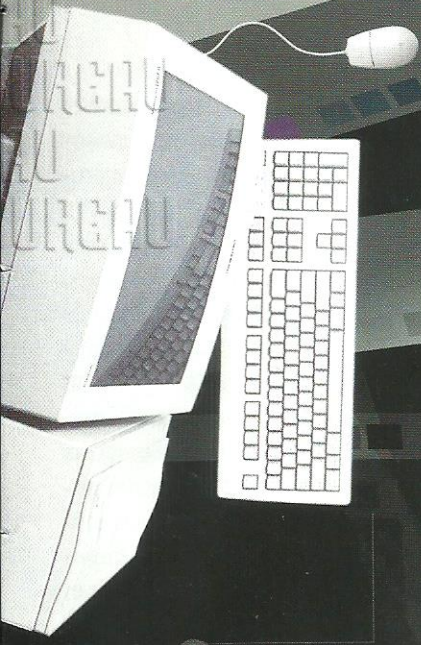
rão ser restritas para não inibir o rápido crescimento da Internet.

No Brasil, porém, técnicos do governo vêem o assunto com mais cautela e estão assustados com as altas cifras envolvendo esse tipo de comércio. Além disso, as vendas virtuais se dão por meio de mais de 40 mil redes de computadores do mundo inteiro, sem nenhum tipo de regulamentação ou controle. Para conhecer melhor as transações realizadas via rede e não ficar de fora da regulamentação, no âmbito da Organização Mundial de Comércio, - que decidiu que as transações serão mantidas

bureau de pré-impressão  
gráfica off-set  
alta tecnologia e

qualidade.

STUDIO  
BUREAU



**STUDIO**  
**N**  
**BUREAU**

livres de impostos pelo menos até 1999 - o Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, assinou recentemente uma portaria criando um grupo de trabalho para elaborar um diagnóstico sobre o comércio eletrônico.

### Estudo do BNDES

Estudo elaborado pelo BNDES, intitulado *O Comércio Eletrônico através da Internet*, mostra que além das empresas de todos os portes que participam do comércio eletrônico, o universo de usuários é formado predominantemente pela elite, ou seja, classes A e B, com elevado poder aquisitivo e forte perfil de consumo. Esses usuários possuem pelo menos um cartão de crédito, principal instrumento para negociar na rede. O estudo elenca ainda vários fatores que mostram o crescimento do comércio via Internet, como a popularização dos computadores e o seu uso cada vez maior como veículo de comunicação, redução dos preços dos equipamentos, novas formas de acesso à Internet (a televisão), e crescente oferta de programas para o comércio eletrônico. Além disso, é cada vez maior o interesse das empresas de cartão de crédito em aprimorar seus serviços para que as questões de segurança, atualmente um dos maiores entraves ao aumento das transações, sejam superadas.

Outro dado do estudo do BNDES é o crescimento da publicidade via Internet, que teve sua participação aumentada de 0,2%, em 1996, para 0,6%, em 1997, na totalidade dos gastos com propaganda. Para os técnicos que elaboraram o trabalho, as vantagens para as empresas que apostam na Internet são enormes, na medida em que a própria oferta do produto já funciona como propaganda. A rede permite ainda coletar informações sobre a opinião dos consumidores, além de ajudar a fixar a marca do produto e permite a realização de lançamentos mundiais. Ressaltam ainda que as vendas são mais rápidas e os



*Nosso empresariado tem demonstrado modernidade e flexibilidade frente aos novos desafios da globalização.*

custos menores, porque demandam menos funcionários, encargos e estoques.

De acordo com o estudo, cerca de 1 milhão de usuários dos 4,5 milhões de computadores existentes estão plugados na Internet e 20% desse universo faz compras utilizando a rede. A principal conclusão do estudo é que o comércio eletrônico terá um impacto direto no setor de varejo tradicional. E para enfrentar os novos tempos, os varejistas terão de reestruturar-se, ou seja, além dos serviços via rede, terão de oferecer outro padrão de atendimento ao cliente, contendo apresentação de soluções ao consumidor, auxílio na aquisição de mercadorias, manutenção e consertos de artigos.

### Produtos

Na esteira do rápido crescimento das vendas virtuais, aumenta também o número de produtos lançados no mercado para facilitar as transações. Um exemplo é o recente lançamento do TradeGate@Brazil,

um site desenvolvido para promover as exportações de produtos, serviços e oportunidades de negócios de empresas brasileiras.

No projeto piloto, o site está sendo lançado com o cadastro de cinco mil empresas catarinenses, através de convênio firmado com a Fiesc - Federação das Indústrias de Santa Catarina. Empresas de Porto Alegre, Paraná e São Paulo deverão ser as próximas a fazer parte desse sistema. "Obviamente o sucesso do sistema dependerá também da competência de nossas indústrias em readequarem-se a esta nova situação, o que certamente não será difícil, tendo em vista as características de nosso empresariado, que sempre tem demonstrado flexibilidade e modernidade frente aos desafios da globalização", acredita o presidente em exercício da Fiesc, José Fernando Xavier Faraco.

O TradeGate@Brazil possui diversos componentes que permitem aos usuários da Internet do mundo inteiro localizar os produtos e serviços brasileiros de três formas diferentes: pesquisa rápida, catálogo de produtos e pesquisa paramétrica. Utiliza ainda um código harmonizado de sete dígitos - o mesmo do Nafta - para classificar as empresas de acordo com os produtos, as ofertas ou a área de atuação, visando facilitar a pesquisa de forma rápida e eficiente.

Outro diferencial do site é a possibilidade de acesso a dados econômicos sobre o Brasil, como o movimento da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), comportamento do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro, taxas de nível de emprego, entre outros, que são diariamente atualizados com dados do Banco Central e através de convênio firmado com a Agência Dinheiro Vivo. O TradeGate@Brazil foi desenvolvido pela MSS Telecomunicações, em parceria com a norte-americana AT&T, uma das maiores empresas na área de telecomunicações do mundo, com conexão em mais de 180 países.

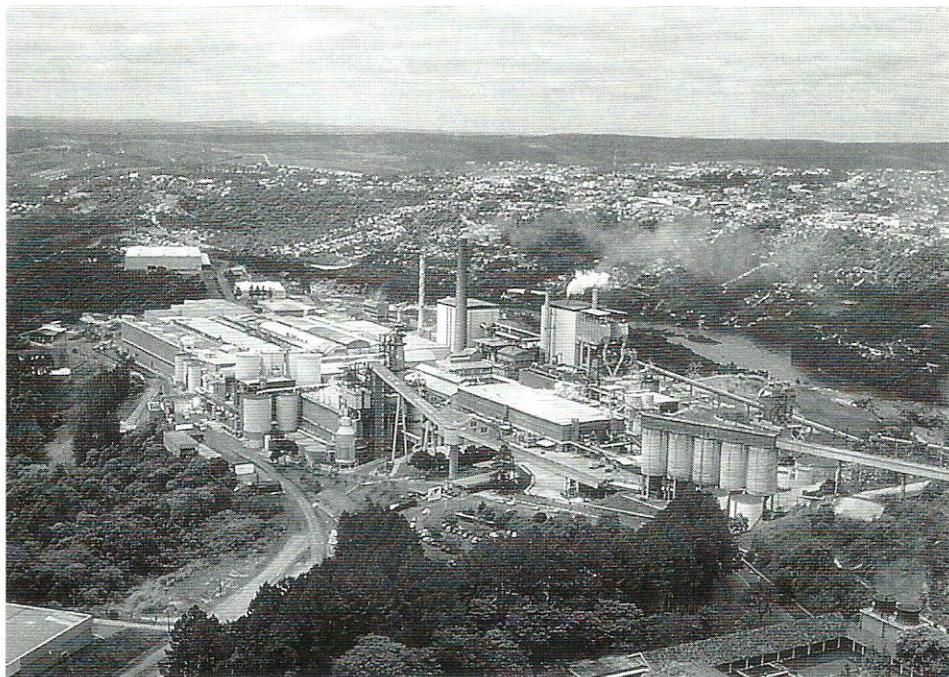
# A Klabin está de olho no Mercosul

**A**postando no potencial de crescimento dos países da América do Sul, a Klabin está diversificando seu *mix* de produtos e redirecionando suas vendas externas, com ênfase maior a este mercado. “Vamos concentrar esforços onde somos mais competitivos”, explica o novo diretor-geral da Klabin, Josmar Verillo. O primeiro passo nesta direção foi dado no último mês, com a formação da *joint-venture* entre a Klabin e a Kimberly-Clark, líder mundial no segmento de *tissues*, para atuação no mercado nacional. A associação deverá consolidar a posição de liderança da Klabin no mercado nacional, com 23% do mercado.

Além disso, a empresa pretende também entrar com força no mercado de madeira serrada de pinus e eucalipto e dedicar-se mais efetivamente à fabricação de produtos de maior valor agregado, diminuindo sua dependência ao baixo valor do kraftliner.

No ano passado, a Klabin teve sua primeira experiência na comercialização de madeira, dando início a um projeto que vem sendo executado há dois anos. O resultado das vendas, US\$ 20 milhões, ainda muito pequeno frente ao faturamento de R\$ 1,4 bilhão obtido no exercício, deverá ter forte crescimento no futuro. A produção será em grande parte direcionada às exportações, aproveitando a tradição exportadora do grupo. O produto é normalmente utilizado na fabricação de móveis e na construção civil. Segundo Verillo, aplicar no mercado de madeira é uma tendência natural do setor, para o melhor aproveitamento da madeira de pinus e eucalipto excedente e ainda permite aproveitamento dos resíduos para a fabricação de celulose. A Klabin produz a totalidade de madeira que necessita, com produtividade de 35 m<sup>3</sup>/ha/ano de pinus e 50 m<sup>3</sup>/ha/ano de eucalipto.

Um fator que pode abrir mercado para os sólidos de madeira é a nova certificação adquirida pela Klabin, tornando-se a primeira companhia das Américas a conquistar o FSC - Forest Stewardship Council - para suas atividades florestais do Paraná. A certificação confirma que a empresa desenvolve suas atividades florestais dentro de elevados padrões internacionais de conservação ambiental e



Fábrica de Monte Alegre conquistou a certificação FSC (Forest Stewardship Council).

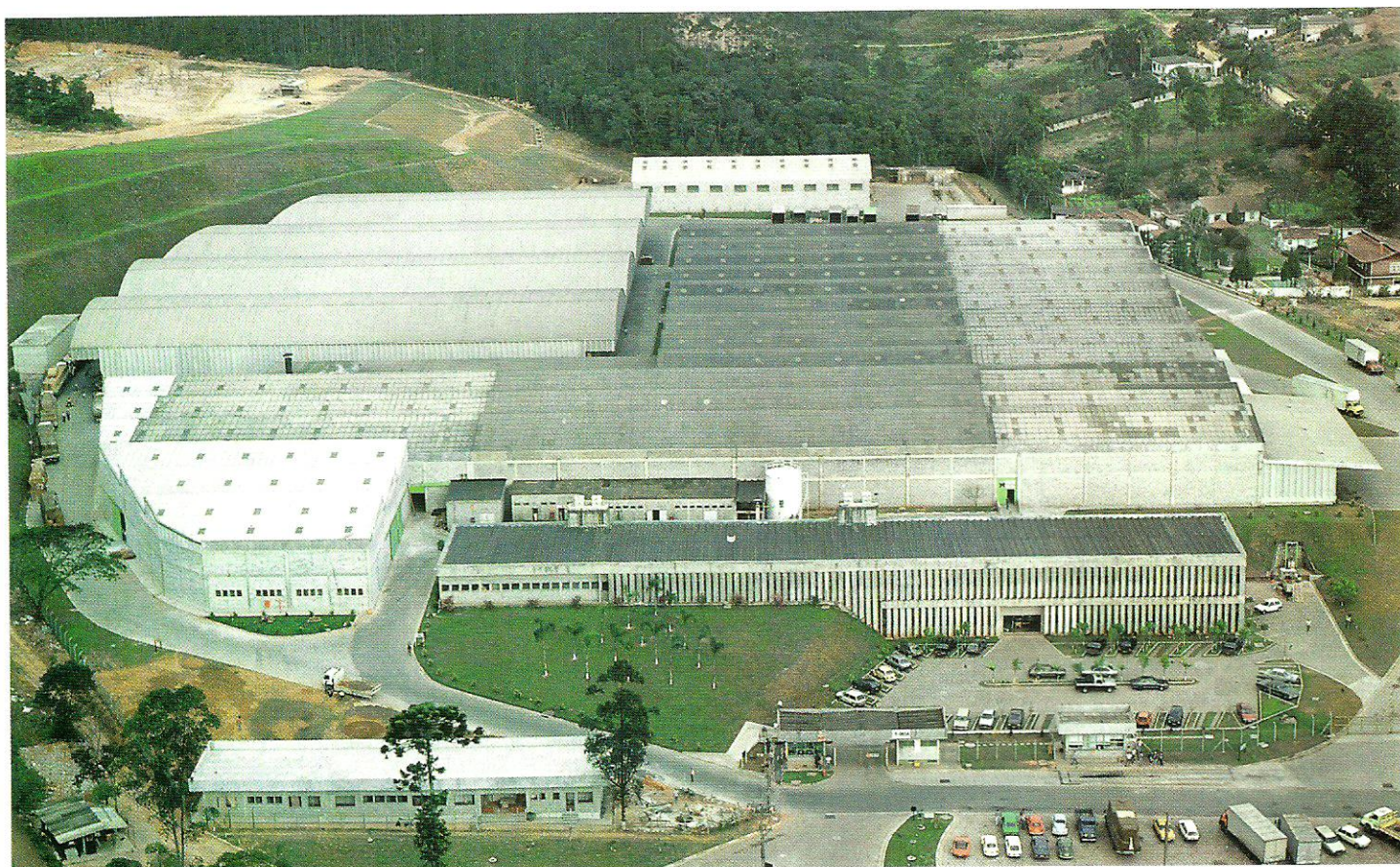
sustentabilidade sócio-econômica. Além da Klabin, apenas mais uma outra empresa da Escandinávia possui a certificação.

**Investimentos** - Maior fabricante integrador de celulose, papel e produtos de papel da América Latina, com vendas de 1,2 milhão de toneladas, a empresa pretende investir US\$ 124 milhões no decorrer deste ano, sendo 40% de recursos próprios e 60% financiados através do BNDES. Como na maioria dos investimentos deste tipo, a expectativa é de retorno em 7 ou 8 anos. A maior parte dos investimentos (US\$ 77,7 milhões) será concentrada nas unidades Paraná e Papelão Ondulado, responsáveis por 50% do faturamento do grupo, e se destina a modernização e aumento da capacidade instalada. Com os novos investimentos, a empresa ampliará em mais 150 mil toneladas até 1999.

Faz parte do projeto aumentar o volume de papéis cartão para embalagens de líquidos (tipo Tetra Pak), além de papéis que atenderão a segmentos que hoje ainda depende de importações (carrier board e folding board). Esta estratégia visa a redução da dependência do Kraftliner, uma commodity de preço baixo, que pode ser substituído por papéis reciclados.

Para fortalecer sua atuação no Mercosul, além de redirecionar as exportações para o mercado regional, a Klabin tem estabelecido unidades de produção como a fábrica de sacos e envelopes, instalada no final do ano passado em Pilar, na Argentina, ou a *joint venture* firmada com a Kimberly Clark, em Bernal, onde já estão sendo produzidos e industrializados papéis sanitários. Os negócios na Argentina (US\$ 40 milhões anuais) ainda representam muito pouco, cerca de 2,5% no faturamento da empresa, mas há perspectivas de crescimento e a tendência é que essa proporção chegue a 5%.

silviculturais da empresa. A norma ISO 14001 estabelece um sistema de gerenciamento ambiental, que avalia permanentemente aspectos e impactos ambientais decorrentes das atividades e produtos da empresa e desenvolve programa de melhoria contínua. Com a isso, a Bahia Sul passa a ser a única organização no setor de celulose e papel no Brasil, e uma das poucas do mundo, a ter um sistema de gerenciamento da qualidade e do meio ambiente, cobrindo desde o viveiro de produção de mudas de eucalipto até o produto final e os serviços associados à sua comercialização.



A fábrica de Suzano está instalada numa área de 178.000 metros quadrados, sendo uma das maiores do gênero na América Latina

# ORSA: uma jovem empresa de olho no futuro

*Em 17 anos, uma pequena cartonagem se transforma numa das maiores empresas integradas do setor de ondulados, com ambição de alcançar o quarto lugar no ranking ainda esse ano.*

Quinto colocado no ranking dos fabricantes de papelão ondulado em 1997, o Grupo Orsa espera fechar 1998 na quarta posição. Para tanto, pretende aumentar em 15% a produção — com capacidade atual na faixa de 15 mil toneladas/mês de papelão ondulado—, e saltar de um faturamento de R\$ 263 milhões para R\$ 280 milhões. Além disso, deverá inaugurar sua mais nova fábrica de

embalagens, a Orsa Papelão Ondulado da Amazônia, que está demandando investimentos da ordem de R\$ 11 milhões. Numa primeira fase, a nova unidade deverá produzir 2 mil toneladas/mês de embalagens.

Detentor do certificado ISO 9000, conquistado no ano passado, o grupo - que é 100% de capital nacional - tem recebido propostas para parcerias e fusões, a mais nova tendência do mundo globalizado e do

setor de celulose e papel, que vem passando por profunda reestruturação para manter a competitividade. Mas a Orsa ainda não encontrou um parceiro ideal para unir-se. Para o presidente da empresa, Sérgio Antônio Garcia Amoroso, de todas as propostas já recebidas, nenhuma até o momento foi vantajosa. “Mas estamos receptivos às mudanças do mercado, desde que as propostas estejam dentro dos interesses da



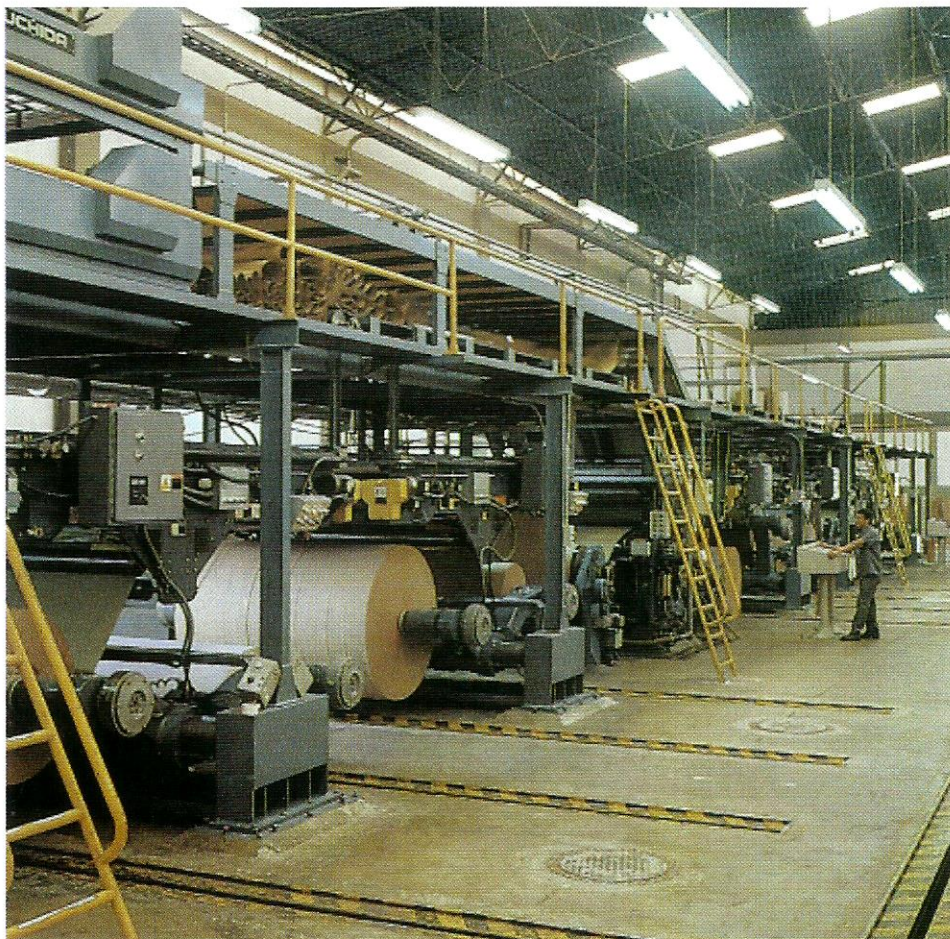
empresa”, ressalva.

Atenta às mudanças de comportamento do mercado, o grupo Orsa já está preparado, por exemplo, para produzir em escala os mais novo produto do segmento, as caixas de papelão ondulado para acondicionar tomates. Atualmente, a produção está sendo feita em pequena escala, algo em torno de 2% a 3% do volume total produzido. “É um trabalho difícil convencer o produtor sobre as vantagens do produto e que, no final das contas, o custo acaba sendo bem menor quando comparado ao das caixas de madeira”, acredita, acrescentando que um aumento significativo da produção acontecerá mais a longo prazo. E ele tem motivos para acreditar nesse mercado, pois o tomate é o produto de maior volume negociado no entreposto de São Paulo, Ceagesp, que recebe mais de 30 mil caixas do produto diariamente.

### **Agilidade: arma principal**

Para competir no mercado, a agilidade era a principal arma utilizada pela pequena cartonagem localizada no bairro de Vila Zelina, em 1981, cujos sócios-proprietários eram o Osvaldo, Roberto, Sérgio e Amoroso, somada à experiência de seus fundadores que já tinham passado por empresas do ramo do papelão ondulado. “Naquela época, a característica do mercado era o cliente se adaptar ao fornecedor de caixa”, relembra Sérgio Amoroso.

Tão importante no passado, a agilidade, que era a característica principal dos pequenos empresários, cedeu lugar a outros quesitos básicos para continuar a crescer. “Começamos a dizer ao cliente que estávamos dispostos a nos adequar à necessidade dele”, conta Amoroso. Tanto que entre 1986 e 1987, quando era inaugurada a primeira fábrica, em Suzano, a empresa chegou à conclusão de que o material e os equipamentos dessa unidade fabril deveriam ser de procedência japonesa, pois asseguravam maior versatilidade no atendimento. De convertedor de caixas de papelão ondulado, o grupo passava também a industrializar as pla-



*O Grupo Orsa tem capacidade instalada para produzir 15 mil toneladas/mês de papelão ondulado*

cas. A verticalização total da produção ocorreu a partir da década de 90 com a incorporação das empresas J. Bresler, Sguário e Marquesa, quando o grupo passou a fabricar desde a matéria-prima básica, a celulose, até o produto final, as caixas de papelão ondulado.

### **Incorporações**

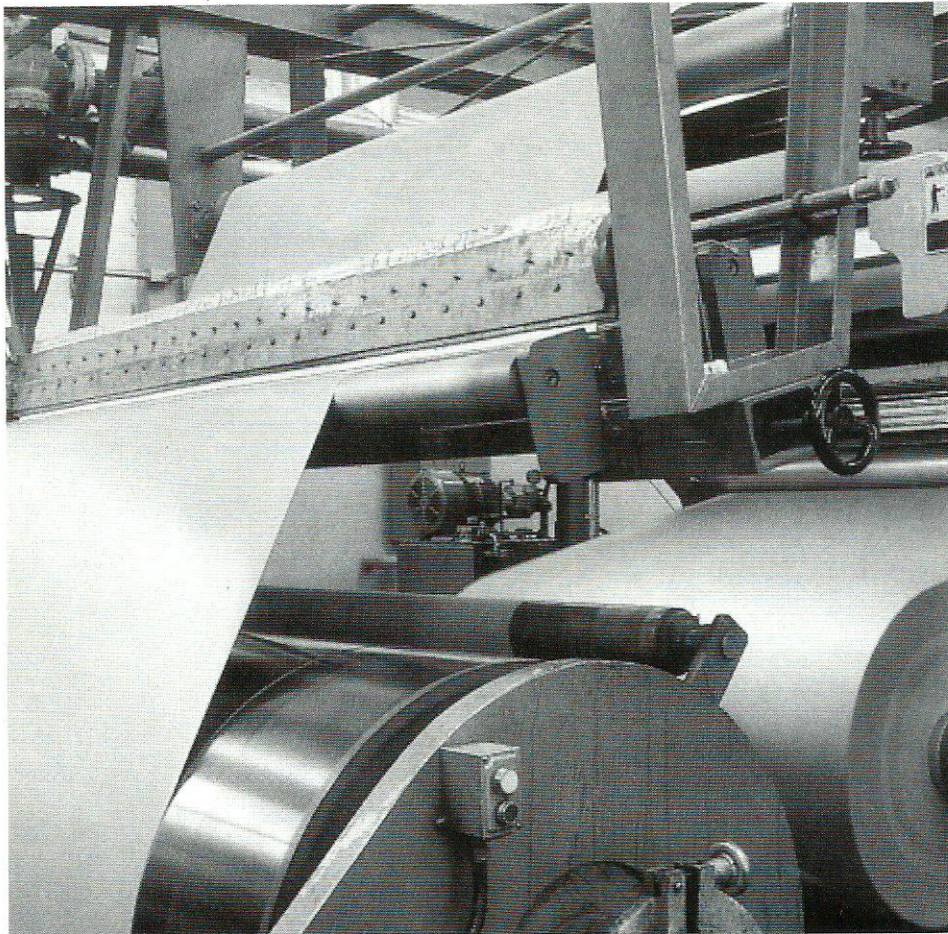
Dos quatro sócios no início do empreendimento, restou apenas o Sérgio, o atual presidente. A cisão ocorreu em 1993 e a Orsa acabou ficando com as empresas maiores. A principal estratégia traçada pelo grupo era então incorporar outras empresas sem mercado ou avanço tecnológico, mas com grande potencial de crescimento. “Estávamos num ponto em que ou nos integrávamos ou corríamos o risco de não crescer no futuro”, explica Amoroso.

A J. Bresler, localizada em Paulínia, São Paulo — próximo a um centro de consumo — foi adquirida no início dos anos 90

e transformada numa indústria de ponta, que produz 50 mil toneladas de chapas e caixas de papelão ondulado anualmente. Atua também no setor de reciclados, com o reaproveitamento de aparas, produzindo 122 mil toneladas de papel miolo e capa reciclados.

Situada em Nova Campina, São Paulo, a Sguário, hoje transformada em Orsa Celulose e Papel, produz a celulose que serve como matéria-prima básica para a produção de 126 mil toneladas de papel kraft por ano. Para isso, conta com uma usina hidrelétrica própria. A empresa abastece de papel kraft todas as outras unidades do grupo Orsa e comercializa o excedente nos mercados interno e externo, com exportação concentrada na América Latina.

Já a Marquesa, última aquisição do grupo, em 1995, foi fundada em 1967 e desenvolve atividades de florestamento e reflorestamento em diversos municípios de São Paulo. As reservas de pinus e eucalipto alimentam a unidade da Orsa Celulose e



A Orsa produz 10.500 toneladas/mês de papel kraft

localizam-se a uma distância de cerca de 80 km da fábrica, garantindo agilidade e racionalização de custos com transportes. As reservas da Marquesa e das florestas contratadas são suficientes para garantir ao grupo madeira para os próximos 17 anos.

**Fundação: o maior orgulho da empresa**

Os projetos sociais são também uma prioridade da empresa, que chega a destinar aproximadamente 1% de seu faturamento à Fundação Orsa, criada em abril de 1994, cuja atividade principal consiste na execução de programas e projetos de assistência social, próprios ou em parcerias com outras empresas e instituições, com ênfase na criança e adolescentes carentes.

“As ações da fundação tiveram início em Campinas, com um projeto para meninos de rua e educação complementar. Depois realizamos algo dirigido a excepcionais, em São Paulo e atualmente desenvolvemos

trabalhos em regiões mais carentes, como, por exemplo, em Pernambuco”, resume Amoroso, para quem a fundação é um motivo de orgulho da empresa.

No ano passado, a Fundação Orsa, através de projetos de educação, saúde, assistência social e desenvolvimento humano, atendeu direta e indiretamente 8.323 crianças por mês.

Como o próprio presidente define, a fundação tem uma mentalidade de empresa que não apenas fornece o recurso, mas muitas vezes ensina como obtê-lo ou gerir. Um exemplo dessa filosofia é a parceria firmada com a fundação internacional Kellogs, cujo projeto principal é ensinar 25 instituições sociais como gerir seus negócios de forma planejada.

Dentre as iniciativas mais recentes envolvendo a fundação Orsa está a inauguração, no mês passado, do Hospital do Câncer Infantil, construído em parceria com o Graacc - Grupo de Apoio a Criança com Câncer. Outra parceria firmada recentemente visa promover um programa nacional contra o câncer infantil, através de recursos do Banco do Brasil, em convênio com a Fundação Banco do Brasil.

**GRUPO ORSA**

Base Florestal	35 mil hectares de florestas, incluindo as contratadas
Disponibilidade de madeira	17 anos
Produção	10.500 toneladas/mês de papel kraft 10.000 toneladas/mês de papel reciclado
Fábrica de embalagens	Orsa S/A - 11.000 toneladas/mês/J. Bresler - 4.500 toneladas/ mês Total: 15.000 toneladas/mês
Produtos	Caixas de papelão ondulado Chapas de papelão ondulado/Papel kraftliner/Celulose (consumo próprio)/Miolos, chapas e papel testliner
Mercado externo	Papel kraftliner Papel fluting Papel testliner
Faturamento por produto em 1997	Caixas e chapas - R\$ 133 milhões Papel testliner e miolo - R\$ 50 milhões Papel kraftliner - R\$ 80 milhões Total - R\$ 263 milhões

# Aumenta a reciclagem de embalagens “longa vida”

*Vilãs do meio ambiente no passado, as famosas e práticas caixinhas longa vida têm agora um destino promissor, sendo reaproveitadas para na fabricação de diversos produtos*

Sílvia Pimentel D'Alessio



Depósito de embalagens

No passado, elas carregavam o estigma de “agressoras” do meio ambiente devido à sua complexa composição - seis camadas alternadas de papel, alumínio e plástico. Hoje, graças aos avanços nas técnicas de reciclagem e algumas ações desenvolvidas pela Tetra Pak, as embalagens do tipo longa vida, também conhecidas como Tetra Brik, estão sendo reaproveitadas para a produção de papelão ondulado, papel higiênico, papel toalha e embalagens de polpa moldada para ovos.

A reciclagem das embalagens cartonadas, no exterior, não é novidade. Na Alemanha, por exemplo, 124 mil toneladas de embalagens Tetra Pak pós-consumo foram recicladas no ano passado e transformadas em papel-toalha e kraft. Lá o índice de reciclagem de em-

balagens longa vida é de 65% e cada tonelada reciclada gera, aproximadamente, 650 quilos de papel kraft. Mas no Brasil, país onde praticamente tudo vai para o lixo, gerando desperdícios de R\$ 4,6 bilhões por ano devido à falta de coleta seletiva adequada — segundo apontam alguns estudos —, a iniciativa tem maior significado.

## 500 t aproveitadas em 1997

Segundo a Tetra Pak, no ano passado, no Brasil, foram reaproveitadas 500 toneladas de embalagens longa vida pós-consumo. A empresa estima que o volume recuperado deverá dobrar até o ano que vem. Atualmente são produzidas no país quatro bilhões de unidades anuais, sendo 80% do tipo Tetra

Brik e o restante de modelos que dispensam o alumínio, mas mesclam papelão e polietileno.

Para aumentar o índice de reciclagem no país, a empresa vem desenvolvendo um trabalho junto às prefeituras para a implementação de sistemas eficientes de coleta seletiva e firmando parcerias com empresas recicladoras no sentido de promover as alterações necessárias nos processos de fabricação de papel ou plástico. Resultado: melhorou a imagem do produto e, conseqüentemente, a empresa está cumprindo as metas ambientais traçadas por sua matriz, na Suíça.

Atualmente, cidades como Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), Florianópolis (SC), Campinas (SP), Caxias do Sul (RS), Jundiá (SP) e São José dos Campos (SP), entre outras, já implantaram sistemas de coleta seletiva de lixo. Na fábrica da Tetra Pak de Monte Mor, no interior de São Paulo, o resíduo de polietileno é enviado para reciclagem, servindo de matéria-prima para a produção de uma série de itens de plástico (sacos, brinquedos, peças, etc.). Já o material laminado é reciclado integralmente para a produção de papel higiênico, papel toalha, papelão ondulado e embalagens de polpa moldada para ovos.

## Klabin investe R\$ 2 mil

A técnica consiste, basicamente na separação do papel, polietileno e alumínio. A celulose é isolada e encaminhada para a fabricação de papel kraft, papelão ondulado e



Embalagens Tetra Brik são reaproveitadas para a produção de papel

embalagens de ovos. Segundo a empresa, a reciclagem do polietileno e do alumínio, gerados na fábrica de papel, pode ser feita de três maneiras diferentes: a recuperação de energia do alumínio e polietileno através da incineração em caldeiras de biomassa, a recuperação do alumínio em fornos de pirólise

ou ainda a fabricação de peças por processos de extrusão ou termo-injeção.

Hoje, as empresas que reciclam tais embalagens, algumas em fase experimental, são Santher, Klabin, Cartonificio Valinhos, Vanller (PR), que produz embalagens para ovos, Novacki e a Bruno Biagioni, que fa-

## Redenção pelas mãos

As mesmas mãos que um dia cometeram um delito são hoje utilizadas para transformar papel velho em novo. O uso da mão-de-obra dos detentos do Presídio Masculino de Florianópolis numa oficina de reciclagem de papel é uma iniciativa inédita no Estado, desenvolvida em parceria com a empresa Papel Terra.

O projeto teve início em outubro do ano passado com 19 presos. Devido ao sucesso alcançado, está sendo ampliado e deverá contar com o trabalho de 40 detentos. Além disso, o espaço da oficina também está sendo expandido. O papel feito dentro do estabelecimento penal é utilizado para a confecção de blocos, pastas, cartões, cadernos e até livros.

A produtividade, segundo a proprietária da empresa, Zuleica Medeiros, está superando as expectativas iniciais. "O resultado tem sido tão satisfatório, que outros estabelecimentos penais, inclusive de São Paulo, se mostraram interessados em implantar sistema semelhante", comemora Zuleica.

Em troca do trabalho, os presos recebem três tipos de remuneração, segundo Zuleica. Um pagamento em dinheiro, que ela não soube precisar, é encaminhado para os familiares de cada um. Os detentos recebem ainda um kit "higiene", composto por acessórios como sabonete, aparelho de barbear etc. Além disso, para cada três dias trabalhados, reduz-se um da pena.

## Compromisso Empresarial

Do total de lixo domiciliar gerado diariamente no Brasil - 90 mil toneladas - pelo menos 25% poderiam ser reincorporados ao processo produtivo se o país contasse com sistemas eficientes de coleta seletiva. Para mudar esse quadro, foi fundado há cinco anos, com a ajuda da Tetra Pak, o Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre), considerado o maior centro de informações sobre o assunto, que conta hoje com o apoio de empresas como Brahma, Coca-Cola, Enterpa, Gessy-Lever, Mercedes-Benz, Nestlé, Paraibuna Papeis, Proctor & Gamble, Souza Cruz, Suzano e Vega-Engenharia e Danone.

Organização não-governamental com orçamento anual de R\$ 500 mil, o Cempre desenvolve projetos técnicos na área de gerenciamento do lixo urbano, visando promover a coleta seletiva e a reciclagem. É mantido pelas empresas e os recursos são aplicados em pesquisas, publicações e na manutenção do mais completo banco de dados sobre o assunto no Brasil.

Seu banco de dados possui um cadastro atualizado com mais de 500 fornecedores e compradores de produtos recicláveis, classificados por localidade e tipo de material. Está apto a esclarecer e disponibiliza informações sobre tecnologias em uso e equipamentos para aterro sanitário, tratamento de lixo hospitalar e coletores de lixo. Recebe, mensalmente, cerca de 300 consultas de todo o país, incluindo prefeituras, escolas, indústrias, organizações sociais e da população. O novo número da publicação Reciclagem e Negócios abordará esse mês a montagem de uma unidade recicladora de fibras de coco. Mais informações podem ser obtidas através do telefone (011) 852-5200 ou pela Internet, no site [cempre.org.br](http://cempre.org.br).

brica solas de sapato. Uma das pioneiras a experimentar a tecnologia, trazida do Japão, foi a Santher, que concluiu um investimento inicial de US\$ 1 milhão para reaproveitar cerca de 300 toneladas mensais em sua unidade de Bragança Paulista, em São Paulo. Para Fábio Haidar, o custo é equivalente a qualquer outro material reciclável de papel quando comparado ao da celulose virgem. "Mas pelo fato de conter um percentual maior de fibra longa, elas proporcionam maior resistência", compara Haidar.

Já a Klabin, que fornece o papel para a Tetra Pak, está inaugurando uma unidade recicladora de embalagens longa vida em Piracicaba, interior de São Paulo, graças a um investimento de US\$ 2 milhões. Se a experiência for bem sucedida, será estendida às unidades da empresa em Recife, Goiânia e Rio



Máquina separa alumínio do polietileno e papel

Grande do Sul. Na unidade de Piracicaba serão recicladas pelo menos 50 toneladas diárias.

No Cartonificio Valinhos, a reciclagem ainda acontece em caráter experimental, para a produção de papel miolo para envelopes.

Para Segismundo Celani, um dos obstáculos para o sucesso dessa empreitada da Tetra Pak é a difícil tarefa de conscientizar a população sobre a importância da reciclagem e da limpeza do interior das embalagens, isso nas capitais onde já foram implantados pelas prefeituras projetos para coleta seletiva de lixo.

Os obstáculos no campo da tecnologia que impediam o maior reaproveitamento dessas embalagens parecem estar superados. Resta ainda encontrar meios de viabilizar uma eficiente coleta seletiva de lixo por parte dos órgãos públicos, além da promoção de campanhas de incentivos à reciclagem. Atualmente, a Tetra Pak está concentrando esforços na Grande São Paulo. Fernando Von Zuben, gerente de Desenvolvimento Ambiental da empresa, informou que os contatos com a Limpurb (Limpeza Urbana) já foram iniciados, porém, ainda sem resultados concretos. Na capital paulista são produzidas diariamente 12 mil toneladas de lixo doméstico.

## DECIDA-SE PELO CORTE CERTO

Para acertar na escolha do sistema de corte ideal para suas necessidades, analise se ele oferece:

- Opções para corte de papelão ondulado, cartão ou cartolina.
- Corte preciso, livre de desperdícios, sem amassar a onda e sem descolar as bordas.
- Mínima geração de pó, o que aumenta a qualidade das impressões e otimiza o rendimento das impressoras.
- Assistência 24 horas, peças de reposição, serviço de entrega imediata.

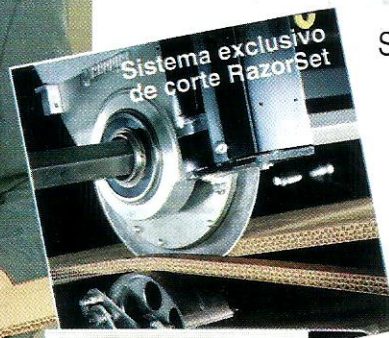
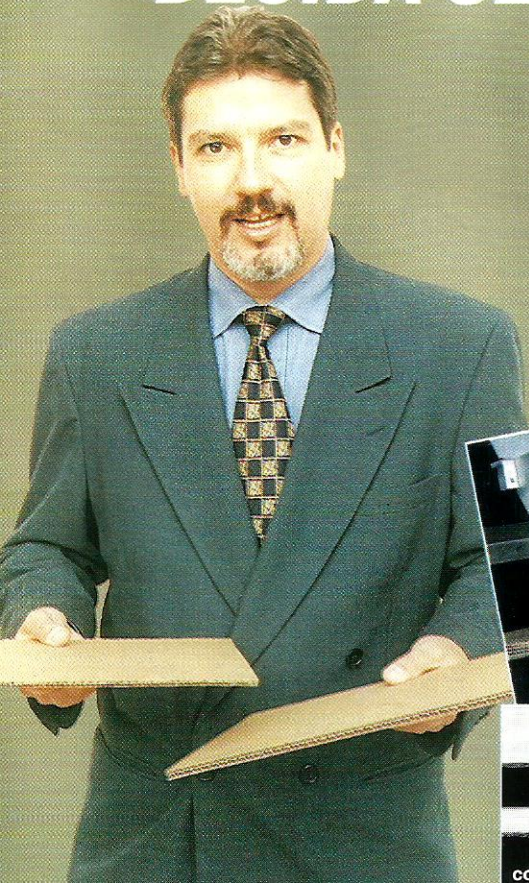
Só a MARQUIP oferece todas essas vantagens, soluções sob medida e experiência mundial.

Procure a Marquip do Brasil e descubra o que podemos oferecer a você.

Escolha qualidade. Decida-se por MARQUIP.

**MARQUIP**  
DO BRASIL LTDA.

Alameda Grajau, 321 cj. 511  
06454-050 Alphaville Barueri SP  
Fone (011) 7295-4110 Fax (011) 7295-4014



Corte de cartão com cortadeiras Marquip

Corte de cartão com cortadeiras convencionais

## Peres reeleito na APBO



**Paulo Sérgio Peres** acaba de ser reconduzido a um novo mandato na presidência da ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado. Engenheiro, com pós graduação em Administração de Empresas, Peres atualmente ocupa a direção executiva da Divisão de Papelão Ondulado da Klabin, esteve à frente da entidade na última gestão 95/98 e foi reeleito para o novo triênio 1998/2001. Durante sua gestão, a ABPO esteve envolvida em diversas iniciativas para consolidar e ampliar a utilização do papelão ondulado como embalagem, entre elas a elaboração de manuais, a extensão de oferta de serviços aos usuários e sócios, a intensificação de cursos para

profissionais do setor, etc. A ABPO também se destacou como uma das primeiras entidades de classe a receber a certificação ISO 9002 e desenvolver um selo de qualidade para os produtos. Um dos grandes desafios na nova gestão será recompor os preços do segmento, defasados face a novos custos agregados sem repasse para os consumidores. A nova diretoria é composta pelos seguintes vice-presidentes: Milton Ferrari, Ricardo Lacombe Trombini, Níveo Maluf, José Mário Augusto e Sérgio Antônio Garcia Amoroso. Os secretários são Átala Trepicho Junior e Heraldo Luiz Pereira Ortiz. José Frugis e Mituru Mori são os tesoureiros.

## ABB vai operar a conexão energética Brasil-Argentina

A ABB ganhou contrato de US\$ 280 milhões para construir e operar a Conexão Energética Brasil-Argentina, uma linha de transmissão de 500 quilômetros através da fronteira que aumentará a eficiência

das redes regionais de energia. O sistema de transmissão de energia de 1.000 megawatts interligando as redes elétricas do Brasil e Argentina deverá entrar em operação no início do ano 2000.

## AGFA lança linha de papéis especiais

A Agfa Gevaert do Brasil está lançando uma linha de papéis especiais para impressoras jato de tinta. A linha é composta por dois produtos: Photographic Paper e Agfa Premium, que possuem uma camada especial impedindo que a tinta se espalhe,

evitando assim os tradicionais borrões. O Photographic também pode ser utilizado como papel fotográfico devido a sua superfície brilhante. Os papéis estão sendo comercializados pela SED Magna (011) 811-5826 e Officer (011) 866-2222.

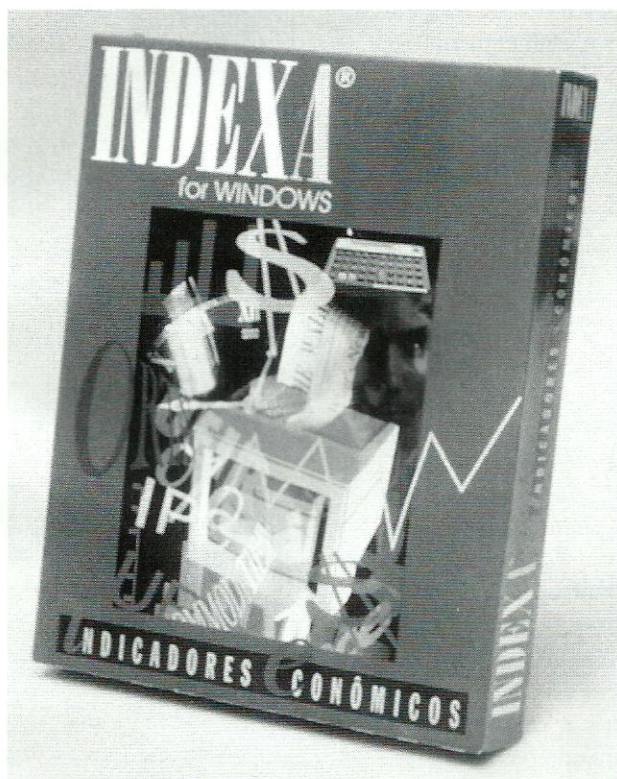
## Indústria do papel participa de nova Câmara Ambiental

A Cetesb - Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental, instalou a Câmara Ambiental da Indústria de Madeira, do Mobiliário e de Papel, Papelão e Celulose. A Bracelpa participa da câmara que faz parte da atual estrutura de gestão da Cetesb. As câmaras se constituem em fóruns de discussão, com a participação de representantes dos vários setores produtivos, para apoiar a agência ambiental paulista em suas ações de controle da poluição ambiental.

As atribuições das câmaras abrangem desde a avaliação e

proposição de alterações em normas, procedimentos e instrumentos relativos à gestão ambiental, até o estabelecimento de planos ambientais que contemplam itens como o gerenciamento do uso e conservação das formas de matéria e energia e a adoção de tecnologias produtivas limpas. Cabe aos integrantes de cada câmara introduzir os problemas prioritários e negociar alternativas. Cada câmara é composta por quatro técnicos da Cetesb e oito representantes do empresariado, além de consultores da Fiesp, Sebrae, Fundacentro, Senai, etc.

## Programa atualiza dados



A Inteligência Informática está lançando a versão 3.0 do Indexa, um software com mais de 60 séries históricas dos principais indicadores econômicos, aliado a uma ferramenta de cálculos destinada a fazer correções e reajustes de valores, permitindo agregar muita a juros e configurações variadas de cálculos. Com o

Indexa 3.0 é possível, por exemplo, calcular quantos reais são 200 ORTNs de 21 de dezembro de 1981, ou qual seria este valor no dia de hoje. O software oferece resposta rápida e traz um banco de dados completos a partir de 1944, de quase 70 indicadores econômicos. Mais informações 0800-815150.

## ABRE lança glossário

A associação Brasileira de Embalagem (ABRE) acaba de lançar o Glossário - Termos Técnicos da indústria de Embalagem, em seis versões: português, espanhol, inglês, italiano, francês e alemão. Segun-

do o presidente da entidade, Sergio Habersfeld, "o glossário é um importante instrumento de apoio no processo de globalização que estamos passando". A tiragem inicial do material foi de mil exemplares.

## Bahia lidera investimentos

O estado da Bahia lidera a perspectiva de investimentos no setor de papel e celulose no Brasil, com US\$ 2,8 bilhões em projetos já identificados

ção de papel. Em segundo lugar, o estado de São Paulo conta com US\$ 1,9 bilhões em projetos identificados no setor. Na terceira posição vem o Maranhão, com US\$ 1,8 bilhão, devido, sobretudo ao seu principal projeto, o Complexo Industrial do Maranhão, que prevê aplicação de US\$ 1,2 bilhão. Segue o Rio Grande do Sul, com empreendimentos avaliados em US\$ 1,1 bilhão.

## Cenibra lança almanaque ecológico



A Cenibra lançou a segunda versão do Almanaque Ecológico, que traz uma série de textos educativos sobre meio ambiente, anedotas, curiosidades, dicas agrícolas e um calendário ambiental que destaca, a cada mês, datas comemorati-

vas dos bichos, árvores, parques, e estações ecológicas, entre outros. O almanaque é parte do material utilizado no projeto Escola de Vida e será distribuído, em primeiro lugar, a todos os empregados da empresa, fábrica e florestal.

## Plotter econômico



A Akad Computação Gráfica, empresa especializada no fornecimento de soluções de impressão, traz ao País um produto da família de plotters da Encad, que mantém as características de qualidade de definição da linha NovaJet, porém em uma solução mais acessível

para o usuário. O plotter imprime uma área útil de até 1,27 m de largura, trabalha com vários formatos de papel, em folhas soltas ou bobinas de até 60 metros de comprimento. O produto será comercializado por R\$ 16.538. Mais informações pelo telefone 284-2466.

## Voith Sulzer moderniza máquina da Grünevald

A Voith Sulzer Paper Technology será responsável pela modernização de uma máquina da Grünevald Papier, em sua fábrica de Kirchundem. A modernização deverá ser efetuada no segundo semestre de 1998, junto com a renovação e extensão do sistema de acionamento da máquina de papel. A antiga máquina para

papel calandrado de um só lado opera a 500 metros por minuto. Como parte desse novo conceito o rolo de sucção será transferido de baixa para cima (layout de prensa inversa). A modernização também inclui renovação do sistema de guia do feltro superior para permitir maior velocidade de operação.

## Novos papéis da Ripasa

A Ripasa acaba de lançar os papéis Chamois, nas versões Fine e Bulk, voltados para o segmento editorial. O produto é apresentado em três tons pastel, adequados a leitura e foram desenvolvidos pela Companhia Santista de Papel. Durante a última Bienal Internacional do Livro, em São Paulo, a

Ripasa estabeleceu parcerias com a editora Melhoramentos, que imprimiu o livro "No tempo dos Bandeirantes", de Belmonte, no papel Chamois. Dos 5 mil exemplares, 3.600 foram destinados para as bibliotecas de todo o Brasil. O restante foi distribuído para editores e clientes.

## HP comercializa papel sulfite

A empresa de computação Hewlett-Packard está lançando no mercado brasileiro duas marcas de papel sulfite, HP Office e HP Laser Jet, ideais para o uso em impressoras a laser e a jato de tinta. Foram produzidos, embalados e comercializados pela Champion, e seguem especificações e conceitos de qualidade fornecidos pela HP. O HP Office tem gramatura de 75g/m<sup>2</sup>, alvura de 91

e formato A4. Sua lisura permite um acabamento superficial e umidade especiais que evitam o atolamento e ecanamento nas máquinas, segundo o fabricante. O HP Laser Jet é um pouco mais encorpado, proporcionando apresentação de aspecto superior, maior nitidez e menor transparência. Tem 90g/m<sup>2</sup>, com as outras especificações semelhantes ao HP Office. Tel. 0800-157751.

## Bahia Sul conquista certificação ambiental

A Bahia Sul Celulose conquistou a recertificação das normas ISO 9002 e ISO 14001, emitada pelo Bureau Veritas Quality International (BVQI). No que se refere a ISO 9002, que engloba a produção, comercialização e assistência técnica pós-venda, o sistema passa a incluir também as atividades silviculturais da empresa. A norma ISO 14001 estabelece um sistema de gerenciamento ambiental, que avalia permanentemente aspectos e impac-

tos ambientais decorrentes das atividades e produtos da empresa e desenvolve programa de melhoria contínua. Com isso, a Bahia Sul passa a ser a única organização no setor de celulose e papel no Brasil, e uma das poucas do mundo, a ter um sistema de gerenciamento da qualidade e do meio ambiente, cobrindo desde o viveiro de produção de mudas de eucalipto até o produto final e os serviços associados à sua comercialização.



## Selo de qualidade

A Associação Brasileira do Papelão Ondulado (ABPO), lançou uma tabela de classificação dos níveis de qualidade do papelão ondulado e um selo de garantia do produto, desenvolvidos pelo

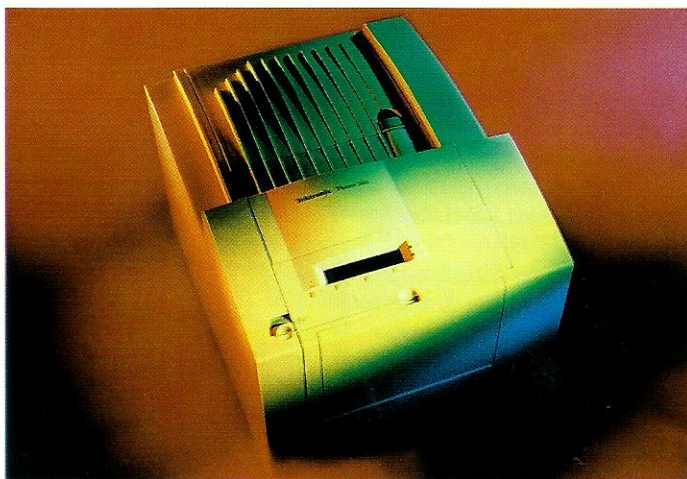
GT-1, responsável pelas normas técnicas e especificações. O selo e a tabela seguem os padrões da FEFCO (Federação Européia de Papelão Ondulado), adaptados à realidade brasileira.

## Scanner com recurso 3D

A Yanco Tecnologia está lançando no país o primeiro *scanner* com recursos 3D do mercado. O Yanco 3D Scanner Pro conta com todos os recursos de um *scanner* de mesa profissional com resolução de 4800 dpi e capacidade de leitura em terceira dimensão. Graças a um

recurso tecnológico exclusivo, permite a digitalização de imagens com total fidelidade ao material original. O produto também se sobressai pela velocidade. Uma folha no formato A4 leva menos de 40 segundos para ser digitalizada. Tel.: (011) 873-2011.

## Impressão em cores



A Tektronik do Brasil lançou a impressora em cores Phaser 360, de olho na transição pela qual está passando o mercado corporativo, que está substituindo as impressoras laser preto e branco para adotar as impressões em cores. A empresa aposta na impressão com cera sóli-

da e na economia da nova máquina. Com resolução de 800 dpi, as impressões coloridas da Phaser 360 tem um custo de US\$ 0,02 por página de texto, contra custos que variam entre US\$ 0,09 a US\$ 0,13 nas impressoras laser em cores em geral, segundo o fabricante.

## EVENTOS

### Congresso Florestal

De 25 a 28 de novembro será realizado, no Centro de Convenções de Curitiba, PR, o Forest/98 - Congresso e Exposição Internacional Sobre Florestas. Esta é a quinta versão do evento bienal da comunidade ambiental/florestal do Brasil. As quatro

edições anteriores do Forest envolveram a realização de simpósios com a participação de mais de 6 mil inscritos, incluindo 531 conferencistas, com um total de delegações representativas de 33 países. Mais informações pelo telefone (021) 221-0155.

### Escolar 98

Será realizada entre os dias 28 de setembro e 1º de outubro, das 14h às 22h, a 12ª Feira de Produtos para Escola, Escritório e Papelaria. O evento, que acontecerá no Anhembi, é o principal acontecimento do setor

na América Latina e uma oportunidade para fabricantes de materiais e artigos para papelarias mostrarem seus produtos ao público varejista e atacadista. Mais informações telefone (011) 7291-8188.

## Embalagens

O 8º Congresso Brasileiro de Embalagem acontecerá nos dias 23 e 24 de setembro, das 8h às 18h, no Gran Meliá São Paulo (Av. das Nações Unidas, 12.599) e terá como tema *@ Hora e a Vez do Consumidor*. O objetivo do congresso é apresentar as tendências das embalagens sob o ponto de vista do consumidor, quer seja a empresa usuária, quer seja o consumidor final. Serão 14 palestras genéricas e 8 palestras técnicas. Paralelamente ao Congresso, será realizada uma exposição comercial de produtos e serviços. Mais informações pelo telefone (011) 289-4301.

# Eficácia e Resultados

Mário Higino N.M. Leonel \*



*“É inegável que a indústria de celulose e papel tem conseguido aumentar sua influência, aproximando o corpo técnico da Bracelpa do primeiro escalão dos Ministérios e da principal agência brasileira de fomento, o BNDES.”*

A Bracelpa, sucessora da ANFPC e da ABECCEL, comemora em setembro próximo seu primeiro ano de existência, totalizando 66 anos de atividade institucional com a missão de servir de instrumento eficaz para a promoção dos interesses do setor, tanto em âmbito nacional como internacional.

A Bracelpa conta com uma postura participativa de nossas lideranças no esforço comum de diagnosticar nossos problemas, organizar a agenda de discussão com os diversos níveis governamentais e especialmente definir nossa estratégia global de atuação política.

Graças a essa postura pró-ativa, vários dos pleitos que temos encaminhado tiveram solução pelo menos parcialmente satisfatória. Mas a grande vitória do setor, através de sua entidade representativa, foi sem dúvida a ampliação de um canal direto de diálogo com o governo, com o escopo de estabelecer parceria concreta e sincera visando encontrar os melhores caminhos para o desenvolvimento setorial.

É inegável que a indústria de celulose e papel tem conseguido aumentar sua influência, aproximando o corpo técnico da Bracelpa do primeiro escalão dos Ministérios e da principal agência brasileira de fomento, o BNDES. E essa aproximação vem ocorrendo em clima de amistoso entendimento, favorecendo sobremaneira a consecução de nossos objetivos.

Foi ainda essa visão aberta das nossas lideranças setoriais que proporcionou ou ampliou a inserção da Bracelpa em fóruns internacionais. A crescente presença das nossas empresas no mercado internacional também tem induzido a essa estratégia, que ajuda a estabelecer bom clima de compreensão, notada-

mente junto à União Européia.

Além do reconhecimento da importância mundial do Brasil como fornecedor de celulose e papel, não há dúvida de que foi também a conjugação de dois fatores - atuação internacional intensa e boa reputação ambiental - que levou o *Advisory Committee on Paper and Wood Products* da FAO a indicar São Paulo como local de sua próxima reunião em 1999, tendo como anfitriã a Bracelpa.

Outro reconhecimento internacional do setor de celulose e papel brasileiro foi a escolha da Bracelpa como coordenadora do Fórum Internacional das Associ-

ações de Papel e Celulose para o período de 1998/1999. Trata-se de um fórum informal, neste ano secretariado pela Bracelpa, que reúne todas as Associações (do setor) dos principais países produtores de todo o mundo, com o objetivo de estreitar relações, criando canais de comunicação diretos e unindo esforços para a defesa de interesses comuns, respeitadas as diferenças entre os países membros.

Tudo isso vem confirmar de forma eloqüente o acerto da Diretoria, quando decidiu fazer nossa entidade transformar-se em uma boa agência de serviços, capacitada a prover sustentação técnica e política para o bom desempenho de suas missões. Graças ao seu corpo de colaboradores, técnicos e consultores, organizado para a eficácia e sintonizado em resultados, a Bracelpa está apta a dar suporte a todas as necessidades institucionais do setor, apoiando as iniciativas da sua Diretoria.

\* *Mário Higino N.M. Leonel é diretor executivo da BRACELPA - Associação Brasileira de Celulose e Papel*

# UMA CONQUISTA DA NOSSA GENTE



A nossa gente é formada pela harmonia entre fornecedores, uma equipe de profissionais de primeira linha e a torcida sempre fiel dos nossos clientes.

Sem isso, a conquista da certificação **ISO 9001** não seria possível. A maioria deles está com a gente há muitos anos, sempre acreditando no nosso esforço de aprimoramento, na produção de embalagens de papelão ondulado, de reconhecida qualidade.

Com isso, conseguimos manter nosso alto nível técnico, criando soluções adequadas para qualquer tipo de projeto. Sempre chegando na hora certa para atender esse exigente mercado. Foi assim que chegamos lá.

A **ISO 9001** certifica e documenta essa importante conquista. Mas não estaremos sozinhos no alto do pódio. Tem muita gente boa com a gente.



**GRUPO ORSA**

PAPEL E EMBALAGENS DE PAPELÃO ONDULADO

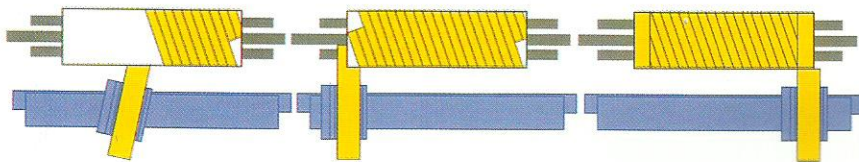
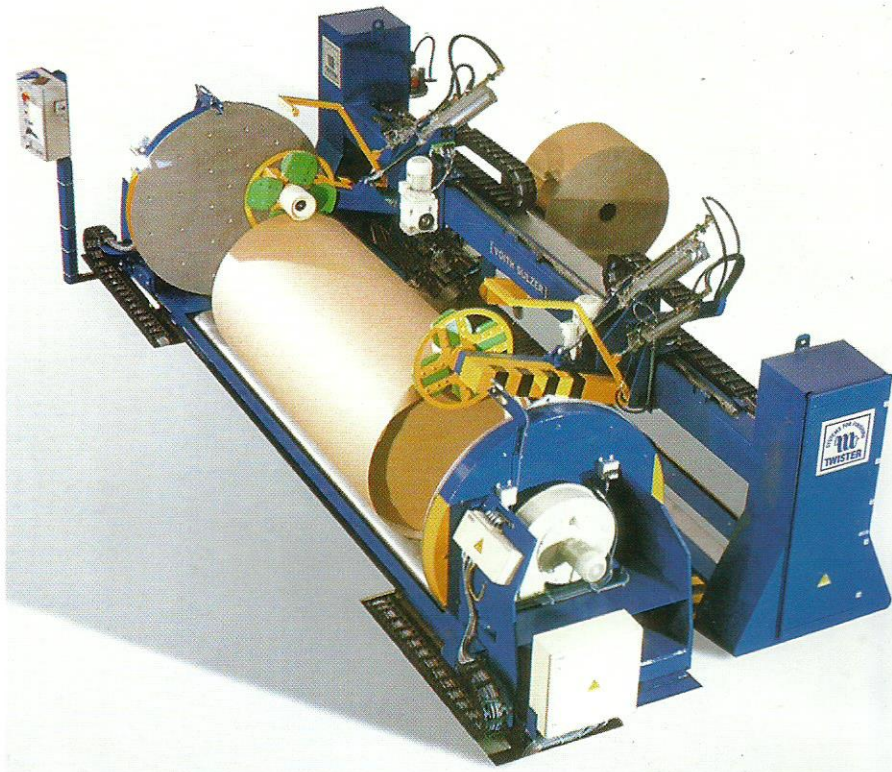
Unidade Suzano: tel. (011) 4748-0221

# Embaladora de bobinas para o terceiro milênio - HOJE

O papel é produzido e acabado com grande cuidado, e o mesmo cuidado deve ser tomado durante o transporte e armazenamento, para proteger o papel contra danos mecânicos e efeitos climáticos. Por muitos anos, esta tem sido a tarefa de sistemas de embalagem e transporte de bobinas, envolvendo um alto grau de esforço técnico e logístico.

A Twister, nova embaladora da Voith Sulzer, oferece as seguintes características:

- .Ótimo manuseio das bobinas.
- .Proteção contra danos mecânicos e efeitos climáticos.
- .Instalação compacta.
- .Adequação a todas as larguras de bobinas.
- .Harmoniosa integração com sistemas de transporte existentes.
- .Possibilidade de completa automatização na colocação de tampas.
- .Operação econômica.



Primeiro:  
Corpo de bobina embalado em espiral

Segundo:  
Embalagem com proteção das bordas, lado esquerdo

Terceiro:  
Embalagem com proteção das bordas, lado direito

## A nova solução:

Um sistema inovador com a mais recente tecnologia e todas as vantagens das técnicas de embalagem consagradas até hoje.

### A Twister

A Twister estabelece novos padrões em todos os casos e para todos os requisitos. É econômica, relativamente ao investimento inicial e à manutenção, e o seu sistema de

embalagem garante ótima proteção contra danos físicos e exposição ao clima.

As bobinas embaladas são dimensionalmente estáveis, o material de embalagem pode ser usado como um portador publicitário e é ecologicamente compatível. E acima de tudo: a Twister usa um desenho que poupa espaço, único no gênero

VOITH S/A MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS  
Rua Friedrich von Voith, 825  
02995-000 São Paulo SP  
Fone: (011) 840 4000  
Fax: (011) 840 4001

**VOITH SULZER**  
PAPER TECHNOLOGY