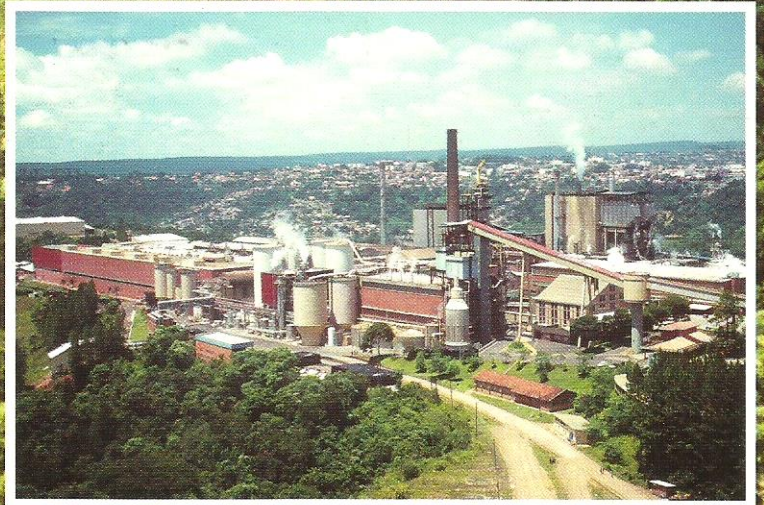
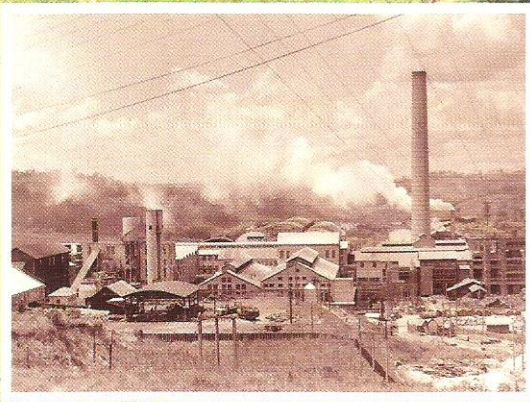


CELULOSE & PAPEL

KLABIN faz 100 anos e expande seus domínios



www.aracruz.com.br

Se você quiser saber mais sobre a principal produtora mundial de celulose de eucalipto e o seu compromisso com o desenvolvimento sustentável, visite nosso site.



ARACRUZ CELULOSE S.A.
Nosso futuro tem raízes.

Exportação e Investimento

Boris Tabacof *

Três fatos recentes projetam reflexos da maior relevância para o setor brasileiro de celulose e papel. O primeiro foi a criação do PEE-Programa Especial de Exportações, cujo objetivo é alcançar, em 2002, exportações no valor de US\$100 bilhões, coordenado pela CAMEX-Câmara de Comércio Exterior.

Um segundo fato importante para o nosso setor foi a recente desvalorização do real, que proporcionou algum ganho de competitividade, mas possui influência restrita sobre o crescimento das exportações, quando se levam em conta todas as demais variáveis que compõem os custos.

O terceiro fenômeno a afetar positivamente a indústria brasileira de celulose e papel é a recuperação que se observa nos preços dos produtos do setor no mercado internacional, após um longo período de forte queda iniciado no final de 1995. Essa tendência positiva que agora se registra é devida à redução da oferta mundial de celulose e ao retorno dos pedidos de compras dos países asiáticos ao mercado internacional.

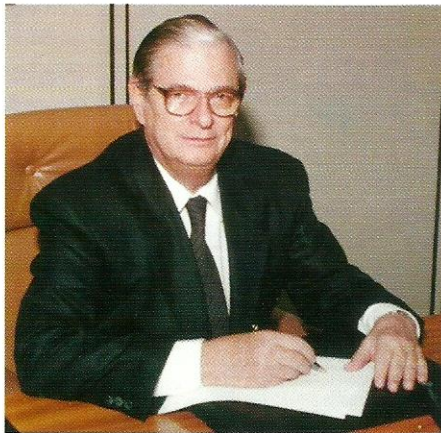
Não se pode esquecer, porém, que a depressão mundial que se registrou no setor comprometeu seriamente os resultados das empresas brasileiras.

Graças a esses três fatos importantes, surgem atualmente grandes possibilidades de as empresas nacionais do setor voltarem a considerar seus projetos de investimento que foram forçadas a postergar, na expectativa de um quadro mais propício.

Tendo assim por cenário um pano de fundo caracterizado por tais contornos, quais as nossas perspectivas a curto prazo?

Nossas empresas precisam investir, para conservar sua posição competitiva. A alta tecnologia e a qualidade *world class* da celulose, do papel e do cartão brasileiros são atestadas globalmente por nossas exportações regulares – que, no ano passado, alcançaram a cifra de US\$2 bilhões – para mais de 50 países consumidores de celulose e 70 de papel, entre os quais se destacam Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, França, Itália e Japão, bem como toda a América Latina.

Tudo isso foi conseguido graças aos elevados investimentos realizados ao longo dos anos pelas empresas do setor, que lhes permitiram adequar-se ao desenvol-



vimento tecnológico de processo e fabricar produtos de maior valor agregado, proporcionando-lhes ainda a incorporação de modernas técnicas de controle ambiental e gestão empresarial.

Essa invejável posição – conseguida também graças à importante vantagem competitiva, para a produção de celulose, constituída pelo rápido crescimento das florestas brasileiras – precisa ser defendida. Nossa colocação de vanguarda no *ranking* dos países produtores precisa ser aprimorada.

Por isso necessitamos investir.

Dificuldades há. Nossa indústria enfrenta um quadro de crescente competição, em que as empresas dos países desenvolvidos se beneficiam de vantagens que começam pela facilidade de acesso a capitais, passam pelos baixos custos de investimento que culminam com seu mais rápido retorno.

No Brasil, vivemos situação diametralmente oposta, em todos os itens. E temos além de tudo isso um ônus que não pesa sobre as empresas das nações ricas: exercemos um papel social de fundamental importância para o desenvolvimento da infraestrutura e o bem-estar das comunidades próximas às nossas fábricas.

Portanto, para que possamos realizar os investimentos exigidos, visando defender e melhorar nossa posição competitiva, é indispensável que a indústria nacional consiga dispor de isonomia em relação a seus concorrentes internacionais.

É igualmente indispensável que o governo brasileiro adote medidas mais eficazes de apoio às exportações, como tem

sido intensamente pleiteado pela Bracelpa em todas as oportunidades e junto a todas as autoridades com quem temos tido reuniões.

Temos demonstrado, entre outras coisas, que o ganho de competitividade proporcionado pela desvalorização do real foi fortemente reduzido pela elevação dos custos de produção – decorrente da própria desvalorização – bem como por recentes medidas editadas pelo governo, como o aumento da CPMF; o adicional da COFINS; a suspensão da compensação do crédito presumido do IPI DE 5,37%, como ressarcimento das contribuições do PIS e da COFINS na aquisição, no mercado interno, de insumos utilizados na fabricação de produtos para exportação; a elevação, de 8% para 12%, da contribuição social sobre o lucro líquido; o aumento das tarifas públicas, a exemplo de energia elétrica e derivados de petróleo.

É também essencial que seja mantido o mecanismo dos ex-tarifários, que reduz o imposto de importação sobre máquinas e equipamentos a serem empregados na fabricação de produtos para exportação. Apesar de não ser conceitualmente ideal, esse sistema precisa ser mantido porque vem atendendo satisfatoriamente ao duplo objetivo de reduzir o custo do investimento das empresas exportadoras para adquirir bens importados, ao mesmo tempo preservando a proteção aduaneira requerida pelo parque nacional produtor de bens de capital.

Com medidas como essas se fecharia o círculo virtuoso de exportação e investimento. Sua implementação depende acima de tudo de que, para o atingimento da meta definida pelo PEE, o governo se aperceba de que não basta criar programas, por melhor concebidos e organizados que sejam. É indispensável que haja também vontade política, mediante o empenho direto e pessoal das mais altas autoridades do governo, para que os programas e projetos se traduzam, a curto prazo, em ações concretas.

Os esforços de nossas empresas sempre foram e continuarão a ser imensos. Mas a correção de fatores exógenos prejudiciais é essencial para que tais esforços produzam resultado positivo. Para as empresas e para o Brasil.

Boris Tabacof 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: (11) 885-1845
<http://www.br.homeshopping.com.br>

Conselho Editorial

Alberto Fabiano Pires
Alfred Freund
Leomir Trombini
Mário Higinio Leonel
Ruy Haidar

Conselho Consultivo

GT2 Divulgação



Não contamine
USE PAPEL

Celulose & Papel é produzida e editada pela
Unipress Empresa de Comunicação
ISSN 0102-5279



Diretoria
Alaôr José Gomes
Reginaldo Finotti

Diretor de Redação e Editor
Reginaldo Finotti

Redação
Maroni J. Silva
Sílvia Pimentel D'Alessio
Vanessa Silva

Fotos
Nilton Queiroz

Revisão
Tânia Teófilo

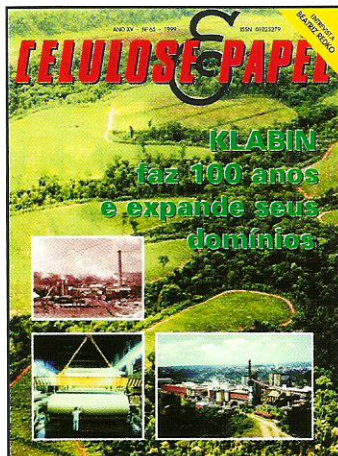
Publicidade
José Cruz Filho

Relações Públicas
Lina Carla Finotti

Redação, Administração e Publicidade
Avenida Paulista, 2006 - 5º andar
Conj. 509 - Fone/Fax (11) 251-1122
CEP 01310-926 - São Paulo - SP
E-mail: Unipress@mtecnetsp.com.br

Fotolitos e Impressão
Studio A

Esta edição da Revista **Celulose & Papel** foi
impressa no couché Image Art, 90 gramas (miolo)
e 120 gramas (capa), produzido pela Ripasa S.A.



CAPA
A maior empresa integrada de produtos florestais da América Latina, a Klabin tem sua história marcada por grandes investimentos. Em seu centenário, registram-se fatos importantes, como a joint venture com a Kimberly Clark e a aquisição da Lalekla, da Dixie Toga que ressaltam seu poderio no setor celulósico-papeleiro do país. A recente expansão da companhia foi a joint venture com a Boise Cascade, denominada Klabin Boise Cascade, para atuar na produção e comercialização de produtos de madeira de pinus. A empresa também comemora a conquista do Certificado Internacional da FSC - Forest Stewarship Council, sendo a primeira empresa do setor de papel e celulose, no continente americano, a recebê-lo por desenvolver suas atividades florestais de acordo com padrões de conservação ambiental e sustentabilidade sócio-econômica.

Fotos cedidas pelo Departamento de Documentação e Memória de Klabin

PROMOÇÃO

Oito empresas do setor lançam campanha inédita visando aumentar o consumo de Papel Cartão e criam selo e marca, exaltando as vantagens do produto, que possui forte componente ambiental.

FLORESTAS

Os desafios e oportunidades do setor florestal são amplamente discutidos na 40ª Reunião do Comitê Consultivo da FAO sobre Papel e Produtos Florestais, realizada pela primeira vez no Brasil, sob os auspícios da Bracelpa.

GENTE

Uma pesquisadora sem limites que conseguiu o respeito do setor de celulose e papel, tendo a oportunidade de trabalhar com o "papa" do branqueamento da celulose, na Universidade de Toronto, no Canadá, Beatriz Redko conta um pouco da sua vida e das coisas que gosta de fazer quando não está trabalhando como consultora.

EMPRESA

Buscando aumentar o seu faturamento e aproveitando a onda de falsificações que pipocam pelo país, a Papel de Salto concentra seu foco no segmento de papéis de segurança sem, no entanto, abandonar outros nichos de mercado.

Números do Setor
Publicações
Noticiário
Opinião



19

24

26

30

33

6
10
36
38

A CHAMPION FABRICA PAPEL TRANSFORMANDO EUCALIPTOS E PINUS RENOVÁVEIS EM CELULOSE. É GLOBALMENTE MODERNA: EXPORTA 50% DA SUA PRODUÇÃO.

A CHAMPION ORGULHA-SE DE SER UMA INDÚSTRIA FLORESTAL NÃO-EXTRATIVISTA.

DOMINA A PIONEIRA E MELHOR TECNOLOGIA DO HOMEM: CULTIVAR PARA COLHER.

É CULTIVANDO QUE ELA DEVOLVE À NATUREZA MAIS DO QUE TIRA: MELHORIAS GENÉTICAS, REPLANTE DE ESPÉCIES NATIVAS, MATAS CILIARES, REEQUILÍBRIO ECOLÓGICO.

A CHAMPION É LÍDER EM PAPEL CORTADO COM A LINHA CHAMEX E CHAMEQUINHO. É LÍDER EM LWC (COUCHÉ DE BAIXA GRAMATURA) COM AS MARCAS CHAMSET E CHAMGLOSS.

E É RECONHECIDA FORNECEDORA DE KNOW-HOW DE REFLORESTAMENTO.

EM TUDO O QUE A CHAMPION FAZ A NATUREZA ASSINA EMBAIXO.

A Champion domina a melhor tecnologia: cultivar para colher.

A responsabilidade social e ecológica das empresas do

Grupo Champion se retrata em projetos consolidados ou em andamento, como estes:

Yara, a Recuperação Ambiental do Ribeirão das Águas Quentes, Águas de Lindóia (prêmio Eco 97); Cidadania; Formando Educadores; Parque Florestal Mogi Guaçu - A Natureza em Harmonia (Top de Ecologia 96); Biblioteca Pública de Mogi Mirim; Revegetação Ciliar dos Córregos Borda da Mata e Palha Grande, Holambra; UTF da Santa Casa de Mogi Mirim; Alimentação Solidária - Revertendo Desperdício em Assistência.

GRUPO CHAMPION



Setor apresenta desempenho positivo no primeiro quadrimestre de 1999

Nos primeiros quatros meses, o setor de celulose e papel apresentou bons resultados, principalmente nas vendas externas, que foram impulsionadas pela desvalorização do real.

Resultados dos primeiros quatro meses deste ano, divulgados pela Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel, mostram melhora significativa no desempenho do setor, principalmente nas vendas externas, fruto da desvalorização do real. No período, as exportações de celulose de fibra curta alcançaram 1.029.696 toneladas, um incremento de 18,4% sobre idêntico período do ano anterior. Resultado semelhante ocorreu com a celulose de fibra longa, cujas vendas para o mercado externo cresceram 18,3%, com 1.031.382 toneladas comercializadas. A produção de celulose também apresentou ligeiro incremento, de 3,5% no caso da celulose de fibra longa (2.337.306 toneladas), e de 3,7% com a celulose de fibra curta (1.751.259 toneladas).

O desempenho das vendas para o mercado externo e da produção de papel, embora mais modestos em comparação com os resultados referentes a celulose, também apresentou melhora no primeiro quadrimestre. No período, foram produzidas 2.203.826 toneladas de todos os tipos de papéis, contra 2.138.728 toneladas computadas no mesmo período de 1998, ou seja, um incremento de 3%. O melhor desempenho coube ao segmento de papéis especiais, que experimentaram um acréscimo de 10,2%, com 48.458 toneladas produzidas. O segmento de papéis para embalagem também registrou um acréscimo de 4% no volume produzido, com 1.001.920 toneladas. Já a produção de papel de imprensa apresentou um recuo de 3,6% na comparação com os quatro primeiros meses de 1998, com 84.574 toneladas produzidas.

As vendas externas de todos os tipos de papéis alcançaram 425.068 toneladas, 3,2% mais na comparação com o ano passado. O destaque coube ao segmento de papel imprensa, cujas vendas para o mercado externo alcançaram 6.987 toneladas um crescimento de 84,4% sobre idêntico período do ano anterior. As exportações de papéis para embalagem também apresentaram incremento de 16,3%, com 121.675 toneladas.

PRODUÇÃO DE PAPEL

(em toneladas)

PRODUÇÃO POR CATEGORIA

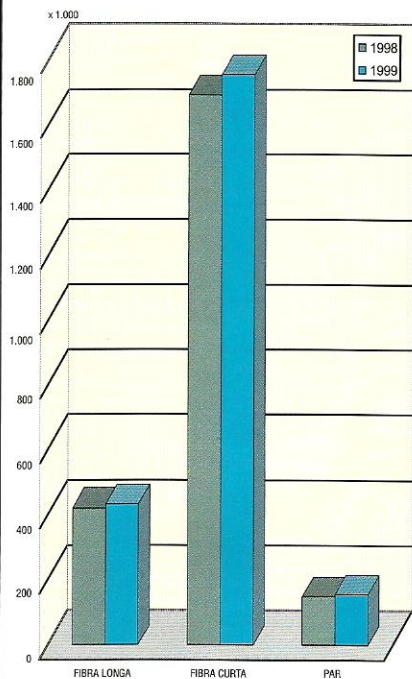
	jan-abr/98	jan-abr/99	Var. %
	<u>2.138.728</u>	<u>2.203.826</u>	<u>3,0</u>
IMPRESA	87.720	84.574	-3,6
IMPRESSÃO / ESCREVER	645.665	668.971	3,6
EMBALAGEM	963.732	1.001.920	4,0
SANITÁRIOS	187.912	189.344	0,8
CARTÕES e CARTOLINAS	209.738	210.559	0,4
ESPECIAIS	43.961	48.458	10,2

PRODUÇÃO DE PASTAS CELULÓSICAS

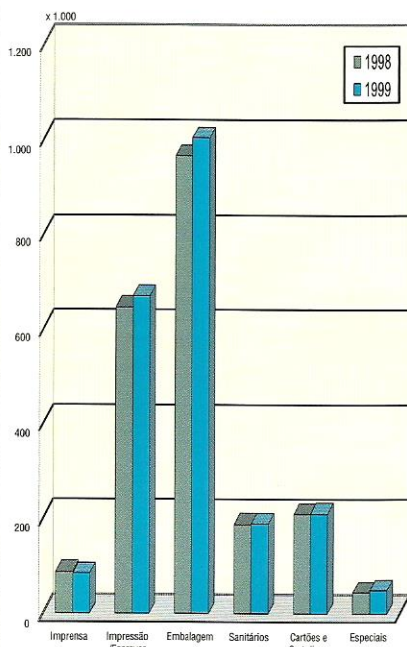
(em toneladas)

	jan-abr/98	jan-abr/99	Var. %
	<u>2.257.953</u>	<u>2.337.306</u>	<u>3,5</u>
FIBRA LONGA	419.556	430.941	2,7
Branqueada	33.853	30.037	-11,3
Não Branqueada	385.703	400.904	3,9
FIBRA CURTA	1.688.869	1.751.259	3,7
Branqueada	1.596.059	1.672.181	4,8
Não Branqueada	92.810	79.078	-14,8
PAR	149.528	155.106	3,7

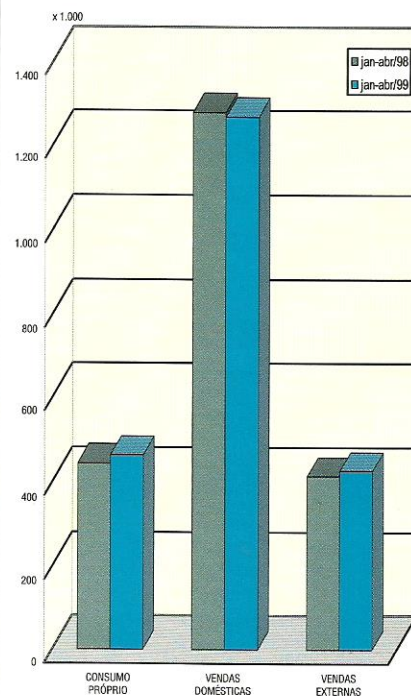
PRODUÇÃO DE PASTAS CELULÓSICAS (em toneladas)



PRODUÇÃO DE PAPEL POR CATEGORIA (em toneladas)



DESTINO DA PRODUÇÃO DE PAPEL (em toneladas)



Seu fornecedor está tão distante assim da sua empresa?



herom.stz@netsite.com.br



EFICIÊNCIA EM SOPRADORES DE FULIGEM

(016) 645.2277

A HEROM é uma empresa 100% brasileira, líder no fornecimento de Sopradores de Fuligem, comercializando também Válvulas do Sistema de Alimentação de Vapor e Painéis de Controle. A HEROM coloca a disposição do setor de Celulose e Papel, toda sua tecnologia e experiência em atender mais de 200 clientes de outros setores importantes, tornando a relação com estas empresas mais fiel e transparente. Afinal detemos toda tecnologia que sua empresa precisa, e o que é melhor, *estamos bem próximos.*

DESTINO DA PRODUÇÃO DE PASTAS CELULÓSICAS

(em toneladas)

VENDAS DOMÉSTICAS

	jan-abr/98	jan-abr/99	Var. %
	255.358	235.030	-8,0
FIBRA LONGA	17.179	18.757	9,2
Branqueada	11.030	8.581	-22,2
Não Branqueada	6.149	10.176	65,5
FIBRA CURTA	215.347	195.625	-9,2
Branqueada	207.253	188.605	-9,0
Não Branqueada	8.094	7.020	-13,3
PAR	22.832	20.648	-9,6

VENDAS EXTERNAS

	jan-abr/98	jan-abr/99	Var. %
	871.581	1.031.382	18,3
FIBRA LONGA	315	86	-72,7
Branqueada	225	0	-100,0
Não Branqueada	90	86	-4,4
FIBRA CURTA	869.666	1.029.696	18,4
Branqueada	857.536	1.016.601	18,5
Não Branqueada	12.130	13.095	8,0
PAR	1.600	1.600	0,0

DESTINO DA PRODUÇÃO DE PAPEL

(em toneladas)

CONSUMO PRÓPRIO

	jan-abr/98	jan-abr/99	Var. %
	441.646	461.711	4,5
IMPRESSÃO / ESCREVER	9.707	8.368	-13,8
EMBALAGEM	428.895	450.035	4,9
SANITÁRIOS	0	0	0,0
CARTÕES e CARTOLINAS	1.805	1.670	-7,5
ESPECIAIS	1.239	1.638	32,2

VENDAS DOMÉSTICAS

	jan-abr/98	jan-abr/99	Var. %
	1.277.129	1.266.600	-0,8
IMPRESSÃO / ESCREVER	377.482	357.726	-5,2
EMBALAGEM	414.365	419.236	1,2
SANITÁRIOS	181.523	181.890	0,2
CARTÕES e CARTOLINAS	189.096	189.312	0,1
ESPECIAIS	37.535	44.524	18,6

VENDAS EXTERNAS

	jan-abr/98	jan-abr/99	Var. %
	411.977	425.068	3,2
IMPRESSÃO / ESCREVER	269.851	272.579	1,0
EMBALAGEM	104.637	121.675	16,3
SANITÁRIOS	6.177	4.542	-26,5
CARTÕES e CARTOLINAS	22.179	15.853	-28,5
ESPECIAIS	5.343	3.432	-35,8

780.000
Toneladas de produção

6.900
Empregos diretos e indiretos gerados

43
Municípios beneficiados

**A Cenibra não planta só eucalipto.
Também planta desenvolvimento.**



Mercado editorial registra movimento recorde de negócios

A previsão dos editores para este ano é de crescimento no faturamento entre 7 e 10%, ficando com parcela significativa do montante do investimento publicitário

Maroni J. Silva

A julgar pela cultura popular existente no meio jornalístico de que notícia boa não vende jornal e pelo comportamento dos principais indicadores de desempenho do setor editorial apurados, até o momento, particularmente das revistas segmentadas (técnicas e dirigidas), o balanço de 1999 promete ser uma verdadeira zebra, virando manchete obrigatória em qualquer publicação econômica que se preze.

Ao contrário do cenário pessimista traçado pelas análises conjunturais feitas pelos economistas de plantão, depois da mudança de regime cambial, os quais chegaram a prever queda de 3% do PIB brasileiro para este ano, o volume de negócios das revistas segmentadas deverá fechar 99 com um crescimento entre 7% e 10%, ficando com uma parcela significativa dos US\$ 9 bilhões/ano que constituem o montante do investimento publicitário feito pelas empresas na mídia em geral, incluindo jornal, revistas, rádio e televisão.

Embora a desvalorização do real tenha provocado aumento de custos das empresas, já que o papel, que representa um dos insumos mais significativos, é cotado em dólar, trouxe também algumas vantagens para as editoras.

Algumas publicações se beneficiaram com a valorização do dólar, porque as importações se tornaram mais caras. Com isso começou a acontecer na economia um movimento de substituição de materiais e equipamentos importados por similares nacionais, puxando mais negócios nessas áreas.

Isso deu novo fôlego às publicações técnicas do ramo, que deverão registrar maior volume de vendas, destacando-se entre os demais, conforme informações da Associação Nacional de Publicações Técnicas Dirigidas e Especializadas (ANATEC).

Pelas expectativas do presidente, Pedro Renato Eckersdorff, que também é diretor da EBID Páginas Amarelas Ltda., em 1999, o segmento deverá abocanhar algo em torno de 10% do bolo publicitário destinado às revistas em geral, que no ano passado chegou a US\$ 600 milhões. Alguns subsetores poderão até superar a meta dos 10%, chegando à marca dos 30%, segundo José Sales Neto, presidente da Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER) e principal executivo da Editora Meio & Mensagem.

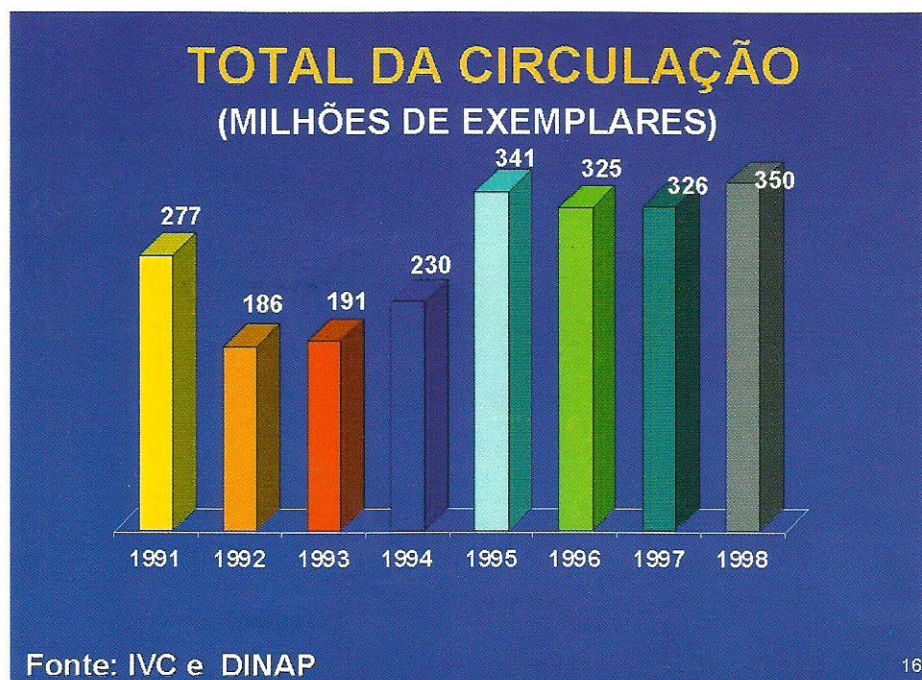
Vários fatores estão contribuindo para esse espetacular desempenho do setor editorial, num país onde a escolaridade básica vem melhorando, mas o consumo *per capita* de papel ainda é baixo, em consequência do fraco nível de leitura. Entre 1996 e 1998, o consumo de papel no Brasil cresceu 20%, chegando a 37 quilos por habitante. Mas esse número pode ser bastante melhorado, haja vista que nos países da União Européia, por

exemplo, o consumo chega a 171 quilos *per capita* e nos Estados Unidos, a 321 quilos.

Um dos fatores, segundo Pedro Renato, é o próprio dinamismo do setor, que está mantendo um ciclo de crescimento iniciado há algum tempo impulsionado pelo ingresso de novas empresas no mercado, inclusive algumas de capital estrangeiro, que buscam parcerias no Brasil, para explorar alguns nichos.

Preferência maior por assuntos específicos

Outro fator importante, na opinião do presidente da ANATEC, é a mudança de hábito da população, que cada vez tem menos tempo para ler, e por isso busca publicações dirigidas, como uma forma de encurtar caminho na procura pela informação. "Entre os que gostam de bicicleta têm pessoas que preferem o ciclismo, outros que passeiam e até mesmo quem gosta de consertar. Então,



começa a aparecer uma série de nichos que vão sendo preenchidos”.

De certa forma, diz ele, a Internet também ajudou nesse processo, pois mostra muitas novidades que aguçam a curiosidade das pessoas, estimulando-as a consumir produtos variados, alavancando novos negócios. Uma pesquisa feita recentemente pelo Universo Online mostra que a maioria dos internautas (62%) tem nível superior e uma parcela equivalente a 64% vem de famílias com renda acima de R\$ 2.000,00 por mês, representando, portanto, uma faixa de grande potencial de consumo.

O mercado oferece sempre novas oportunidades aos empreendedores ousados que queiram investir em lançamentos que satisfaçam tendências detectadas através de pesquisas ou de outras formas de sondagem, ao mesmo tempo em que vai se especializando. De acordo com os dados disponíveis, na média, ocorre entre quatro e cinco lançamentos editoriais por mês. Cada um deles conta com no máximo seis meses para se firmar no mercado ou não.

Bancas: 350 milhões de exemplares por ano

Em termos gerais, incluindo revistas especializadas e as diversificadas que vendem em banca, estimava-se que circulam, hoje, no mercado brasileiro mais de 350 milhões de exemplares/ano.

O que garante o sucesso ou fracasso de cada publicação é a qualidade do produto final e não a quantidade de exemplares, explica o presidente da ANATEC. Isso inclui o conteúdo da informação editorial e comercial, a atualização e a tecnologia aplicada na sua elaboração. No caso específico da tecnologia, a informática tem um papel essencial pois agiliza todos os processos da empresa, assegurando-lhe maior competitividade.

A estabilização da economia representa um dado muito importante, complementa Sales Neto, da ANER, na evolução do mercado editorial. Os segmentos de renda mais baixa que se beneficiaram com o fim da escalada inflacionária passaram a incluir, também, em sua pauta de consumo produtos mais sofisticados, diz ele, além de melhorar o padrão alimentar. O lazer dessa parcela da população foi incrementado por algumas horas a mais de leitura.

Uma pesquisa realizada pela ANATEC indicou um crescimento de 9% no número de títulos existentes em 1998 em comparação com 1997. Em números absolutos, ha-



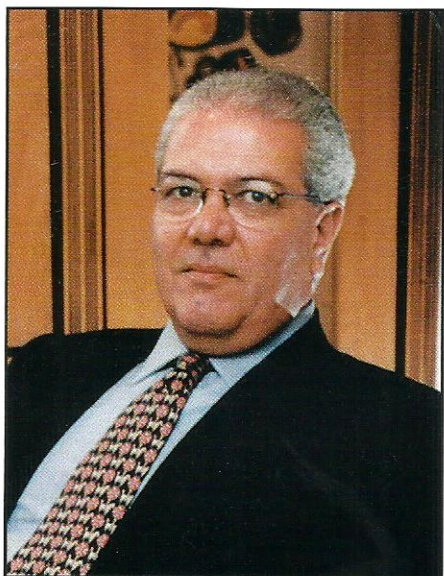
*Pedro Renato Eckersdorff,
da ANATEC:*

“População tem cada vez menos tempo para ler, buscando publicações dirigidas”.

via, em 1997, 918 títulos. Em 1998, o número pulou para 1.014, distribuídos entre 50 segmentos. Este número se refere apenas às publicações especializadas e dirigidas que não são vendidas em bancas e também não inclui listas e guias.

Crianças e jovens são público alvo das editoras

O Estado de São Paulo abriga mais de 80% do total de revistas especializadas que



*José Sales Neto,
presidente da ANER:*

“Alguns subsetores poderão até superar a meta dos 10%”.

circulam, atualmente, no mercado brasileiro, seguido pelo Rio de Janeiro, com 9%. Elas são editadas por pequenas, médias e grandes empresas, cujo faturamento, por empresa, atinge um máximo de R\$ 15 milhões/ano.

As crianças e os jovens representam o público preferido das editoras, totalizando a existência de 88 revistas. As publicações de atualidade e de interesse geral aparecem na seqüência, com 63 publicações; medicina e odontologia, com 53; femininas, 49; economia e negócios, 45; e agropecuária, com 42. Os demais segmentos registram um número menor de títulos.

O faturamento publicitário previsto para este ano deve ficar igual ao do ano passado, (US\$ 9 bilhões), segundo o presidente da ANER, mas as revistas deverão aumentar ainda mais a sua participação em comparação com 1998. O volume de negócios registrado nos primeiros meses deste ano foi fraco, mas há a expectativa de um boom no segundo semestre, quando, tradicionalmente, são aplicados 60% do total da verba publicitária.

O desempenho das empresas dependerá da conjuntura econômica como um todo e do ramo de negócio em que cada uma atua. Os sinais emitidos até agora, pelo mercado, indicam, claramente, que as publicações ligadas à construção civil mais moderna, que vem se transformando, de forma mais intensa, numa indústria de montagem, e as voltadas para produtos que eram importados serão as mais beneficiadas.

É o que espera, por exemplo, José Roberto Pini, diretor de operações da Editora Pini, que está no mercado há 51 anos, que tem sete revistas voltadas para a construção civil, além de editar livros e prestar consultoria técnica também ao segmento de construção. Em 1998, a Editora Pini fechou o ano com um faturamento de R\$ 15 milhões e pretende encerrar o exercício deste ano com um acréscimo de pelo menos 20% em suas vendas.

Boa parte desse crescimento deverá vir da receita obtida na venda de produtos e serviços prestados aos fornecedores de insumos destinados à construção, bem como às concessionárias de serviços públicos ligadas à infra-estrutura, principalmente rodovias, telecomunicação e energia, segundo o diretor da Pini. São esses subsetores que estão puxando os negócios na área de publicações especializadas.



 **image**
O couché da Ripasa

Largo São Bento, 64 - 8º andar
São Paulo - SP - 01029-900
Para maiores informações e
solicitação de amostras ligue para:
(011) 225-5290 / 5278
www.ripasa.com





Tudo que você esperava de um couché importado, agora disponível no Brasil.

Fidelidade NA
REPRODUÇÃO DE CORES

Brilho

VARIEDADE DE GRAMATURAS

Com as **vantagens** de um produto **nacional.**

Corpo

Opacidade

Economia nas Tiragens

Desempenho nas
máquinas impressoras

Disponibilidade de entrega

Na sua próxima impressão, **escolha**

image - Naturalmente Brasileiro.



Disponível nas gramaturas: 90/105/115/130/145/170 g/m²



RIPASA S.A. CELULOSE E PAPEL

Compromisso com Soluções

Em termos de marketing, observa Roberto Pini, o principal argumento de venda é a importância da informação como ferramenta para a tomada de decisões nas empresas. Toda a linha de produtos da Pini está rotulada numa frase que sintetiza, para o cliente, o foco de atuação da empresa: venda de informação profissional para a construção civil.

Economia sofisticada impulsiona o setor

Com a experiência de quem atua há 50 anos no mercado e dirige seis revistas, Fernando Banas, diretor da Editora Banas, afirma que quanto mais sofisticada for a economia, melhor para o setor. Em sua opinião, a abertura da economia brasileira e a privatização criaram excelentes oportunidades de negócio em muitas as áreas e todas precisam de informações especializadas, atualizadas, ágeis e confiáveis.

Todas as publicações da Editora Banas estão voltadas para a indústria, cobrindo temas como qualidade, meio ambiente, produtividade, embalagem e máquinas e equipamentos. A empresa ocupa a segunda posição no ranking de publicações técnicas, em volume de vendas.

No geral, os empresários trabalham com a perspectiva de que 99 será um ano difícil, mas manterá sua evolução normal. A tendência foi detectada através de uma sondagem realizada pela ANATEC junto aos associados, logo após o impacto provocado pela mudança do regime cambial.

Ficou claro, na época, que as empresas haviam superado o trauma inicial e que o cenário de caos não existia mais. Boa parte dos empresários estava ainda cautelosa, mas muitos estavam entusiasmados em decorrência dos primeiros sinais de aquecimento no faturamento publicitário.

A sondagem também detectou um movimento favorável às fusões e incorporações, algumas delas impulsionadas por representantes do capital estrangeiro interessados em investir no Brasil. Alguns negócios já foram concretizados e estão dando resultados.

O Grupo Lund de Editoras Associadas, que começou em 1969 publicando revistas nas áreas de medicina e engenharia, prepara para o final deste ano o lançamento do Eletronic Engineering Master Catalog, versão nacional do Guia de Fornecedores de Equipamentos Eletrônicos editado pelo grupo norte-americano Hearst.



*Fernando Banas, da Editora Banas:
"Quanto mais sofisticada a
economia, melhor para o setor".*

Proprietária dos títulos Supermercado Moderno e Noticiário de Equipamentos Industriais (NEI), a empresa formalizou uma *joint venture*, no ano passado, com o grupo norte-americano, dando origem a TL/Hearst, editora especializada em publicações dirigidas ao mercado eletrônico. O negócio já proporcionou o lançamento do Noticiário de Produtos Eletrônicos (NPE), destinado aos mercados brasileiro e latino-americano.



*Christopher Lund,
presidente Grupo Lund:
"As empresas estão à procura
de fornecedores para substituir
importações e tentar baixar
seus custos".*

Como o NEI, o NPE traz informações sobre os lançamentos de novos produtos e seus fornecedores, servindo como fonte de consulta para os profissionais da indústria. "Acredito que nossas publicações são, hoje, mais relevantes que anteriormente para os leitores e anunciantes. "Vivemos um momento em que as empresas estão à procura de fornecedores para substituir importações e tentar baixar seus custos", afirma o presidente do Grupo Lund, Christopher Lund.

"Supermercado Moderno" é carro-chefe da editora

Um dos carros-chefes da editora é a revista Supermercado Moderno, lançada em 1969, numa época em que o conceito de loja de auto-serviço dava os primeiros passos no Brasil. A publicação chega ao 30º aniversário com tiragem de 25 mil exemplares e de cara nova, graças a uma grande reformulação realizada no ano passado a fim de torná-la mais competitiva, num mercado que movimenta algo em torno de R\$ 60 bilhões/ano em mais de 50 mil lojas espalhadas pelo Brasil.

A força dessa publicação, que veicula informações para quem pretende comprar, é dada pela nova tendência do comportamento do consumidor brasileiro que, segundo Valdir Orsetti, diretor do Grupo Lund, opta por um ou outro produto no ponto de venda, após se informar a respeito.

Além da informação básica sobre a gama de produtos existente nas lojas, diz ele, os outros fatores que influenciam na decisão do consumidor de efetivar o ato da compra, depende da exposição da mercadoria, embalagem, tradição, custos e do próprio marketing da empresa.

Já o NEI surgiu em 1974, graças à *joint venture* firmada com a Thomas Publishing Company, líder na publicação de diretórios e revistas interativas para o mercado industrial. Depois vieram o Guia NEI dos Principais Fornecedores Industriais Brasileiros e as edições regionais do NEI para a América Espanhola. Hoje a edição brasileira tem 45 mil exemplares de circulação e a espanhola, 35 mil, auditados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC).

Apesar do maior volume de negócios, a empresa considera difícil repetir ou superar, este ano, o faturamento de US\$ 30 milhões alcançado em 1998. Contudo, o volume de vendas em reais deverá crescer em comparação com as receitas registradas no ano passado.

Política de desenvolvimento é Reforma Tributária

Ingo Plöger (*)

Constata-se nas democracias mais amadurecidas que o desenvolvimento econômico de uma nação se dá através de seu sistema tributário. Subvenções e protecionismo colocados à parte, veremos que a estrutura do sistema tributário de um país é determinante para sua posição na competição internacional.

A promoção do desenvolvimento sustentado se dá pelo reconhecimento e fortalecimento dos potenciais que o país oferece, ou seja, pela identificação e posterior concentração de esforços em sua vocação mercadológica. O Brasil abriu sua economia, entrou no processo de globalização e considerou a estabilização da moeda como questão fundamental, mas ainda não iniciou a discussão sobre sua vocação mercadológica.

Urge, portanto, descobrir as áreas nas quais temos uma real possibilidade de obter competência internacional a longo prazo, bem como reconhecer em que áreas não podemos recuperar o tempo perdido.

O Agrobusiness e sua industrialização, transporte e comercialização certamente é uma das áreas mais importantes como vocação mercadológica, pela geração de biomassa, pelas condições climáticas e territoriais, aliadas à quantidade e qualidade de solo, água e energia existentes e à capacitação do homem nesse território.

Se estruturarmos o produto interno bruto de maneira diferente, somando à agricultura sua indústria de transformação, a exemplo dos setores alimentício, têxtil e papel e celulose, chegaremos a um percentual superior a 40% do PIB. Se incluirmos as indústrias diretamente ligadas ao agrobusiness, como máquinas e equipamentos agrícolas, insumos, meios de transporte, serviços financeiros, seguros, telecomunicações e energia, provavelmente teremos percentuais superiores a 60% de nosso PIB. Portanto, do ponto de vista econômico, podemos concluir que já estamos focalizados em nossa vocação.

Do ponto de vista tributário, de longe nossa estrutura espelha essa vocação. Os produtos agrícolas, até o seu ponto de consumo, recebem uma tributação extraordinariamente alta se comparado com os padrões internacionais. Os meios produtivos, a infra-estrutura e os custos logísticos deman-



dam custos adicionais, fazendo com que o produto deixe de ser competitivo.

A indústria de transformação de produtos agrícolas, com raras exceções, está hoje em situação financeira e econômica das mais difíceis. Citando alguns exemplos, as indústrias nacionais de carnes e derivados, laticínios, têxtil e papel e celulose apresentam um alto grau de endividamento e baixos índices de investimentos. É exatamente o contrário do que deveria ocorrer se o país estivesse focalizado em suas vocações.

Se tomarmos como exemplo um segmento no qual o Brasil tem demonstrado alta competência internacional, que é o caso do papel e da celulose, a renúncia fiscal para reflorestamento na década de 80, que chegou em torno de 2 bilhões de dólares, arrecadou até hoje mais de 6 bilhões de dólares. As inovações e os investimentos realizados na última década em reflorestamento envolveram juros superiores a 15% ao ano em média, para uma altíssima produtividade por hectare. Embora os preços da celulose e papel tenham permanecido durante muitos anos em níveis muito baixos, essa indústria conseguiu investir em reflorestamento, aumentar sua capacidade de produção e ampliar sua participação internacional, valendo-se basicamente de capital próprio e de capital de giro. Sufocada pela excessiva alta de juros e por uma carga tributária ímpar, o endividamento das indústrias desse segmento cresceu exponencialmente.

Poucos países como o Brasil podem demonstrar que sua agroindústria é altamente favorável ao meio ambiente. A geração de

biomassa pela agroindústria resgata bilhões de toneladas de CO₂ e gera O₂ pela fotossíntese, sendo que 93% da industrialização desses produtos se realiza por energia hidroelétrica, portanto sem emissão de CO₂.

O investimento realizado sobre uma vocação mercadológica tem um retorno muito rápido. Portanto, não é ilícito pensar que a agroindústria, se for estimulada corretamente, poderá responder com um crescimento superior a 10% ao ano e esse estímulo será imediatamente reconhecido pelos setores que operam nesse segmento, quais sejam, as indústrias de utilitários, transporte ferroviário e fluvial, aeroportos, indústria química, de máquinas e equipamentos e construção naval que, por seu turno, farão pesados investimentos no país. Indústrias internacionais identificarão a base brasileira como altamente interessante, pelo seu consumo doméstico e pela sua competência e vocação para novas bases exportadoras e de pesquisas e desenvolvimento.

A reforma tributária deverá discutir tecnicamente a conjugação do ICMS com o IPI, substituindo-os pelo IVA e a eliminação das contribuições sociais. Politicamente, haverão duas fortes vertentes nessa discussão: uma sobre como deverá ser a distribuição do IVA entre municípios, estados e união e a outra vertente, a respeito do montante a ser arrecadado. É sobre essa última vertente que a sociedade brasileira deverá ter sua máxima atenção. Primeiramente, para conseguir que a somatória dos impostos seja inferior a 20% do PIB e posteriormente para estimular a real vocação do Brasil. Para isto, é de suma importância que o menor percentual de impostos recaia sobre a maior vocação mercadológica do país.

É fundamental que as entidades de classe, os partidos e as representações populares entendam que o Brasil está prestes a moldar sua nova estrutura de desenvolvimento e é importante participarmos dessa discussão na definição da nossa real vocação.

Ingo Plöger é Membro do Conselho Deliberativo da BRACELPA, Diretor Superintendente da Companhia Melhoramentos de São Paulo, Presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha de São Paulo e Presidente do Conselho Integrado das Câmaras de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha*

A nossa missão é fornecer uma tecnologia superior e serviços melhores aos clientes das indústrias de pasta e papel, transformação e cartão.

A nossa tarefa é transformar os nossos clientes em vencedores no seu negócio.



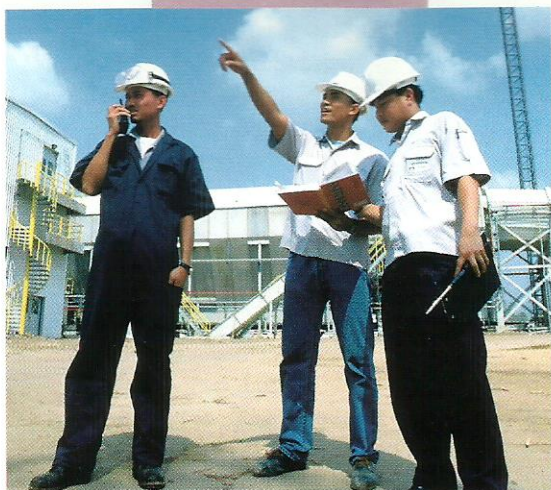
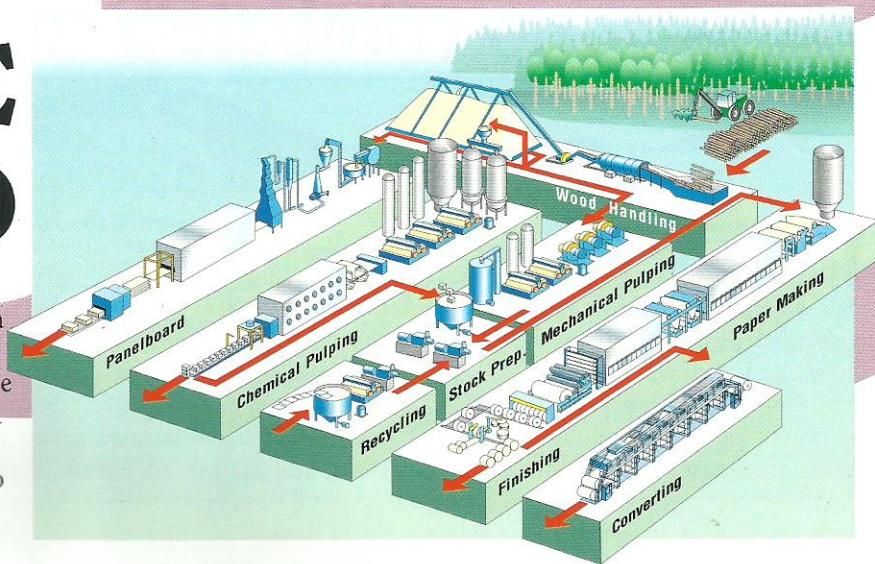
UNIDOS PARA SERVIR

Combinando a impressionante tecnologia da Valmet no domínio da maquinaria para a fabricação e o acabamento do papel com a profunda especialização da Sunds Defibrator no tratamento da fibra e fabricação de cartão, os clientes passam a ter uma gama extremamente alargada de aptidão e valor em todo o processo de fabrico.

As nossas operações de alta qualidade estão dirigidas para as necessidades dos clientes, resultando em soluções perfeitas quer sob o ponto de vista técnico quer ambiental, o que contribui para o sucesso dos nossos clientes. A Valmet e a Sunds Defibrator já demonstraram, de per si, a sua capacidade — unidas estão empenhadas num serviço ainda melhor.

CAMPO DE ACCÇÃO

A mais completa competência nas tecnologias e serviços referentes à fibra e ao papel na Indústria da fileira da floresta. Soluções desde os componentes e processos isolados até projectos e linhas de produção completos. A contribuição da colaboração da Valmet Automation e da Neles Controls pertencentes à nossa família de negócio faz-nos ser verdadeiramente o único parceiro.



APOIO

Uma completa rede de contactos e de serviços em todo o mundo. Forte envolvimento com o sucesso dos clientes. Optimização dos processos e produtos específicos de cada cliente.

TECNOLOGIA

Profundo conhecimento dos processos da fibra e do papel. Exaustiva lista de referências. Soluções inovadoras para aumento da competitividade dos clientes.

As máquinas de papel da Valmet e as linhas de tratamento da fibra da Sunds Defibrator são reconhecidas em todo o mundo pela sua liderança tecnológica.



Valmet Corporation

Tel. +358 9 777 051, Fax +358 9 7770 5580
www.valmet.com



Sunds Defibrator Industries AB

Tel. +46 60 16 50 00, Fax +46 60 16 55 00
www.sundsdefibrator.com

A Valmet e a Sunds Defibrator e a Valmet Automation e a Neles Controls formam as duas maiores áreas de negócio da Valmet-Rauma Corporation, a ser criada em 1 de Julho de 1999 pela fusão da Valmet Corporation com a Rauma Corporation.

Aeronave anfíbia mostra eficiência no combate a incêndios

Foi apresentado no Campo de Marte, em São Paulo, no mês de maio - antecedendo ao início de um período considerado crítico para o aumento de ocorrências de queimadas e incêndios florestais - um projeto voltado para combater o fogo em centros urbanos ou áreas florestais e reservas ecológicas. Um pool de empresas deverá fornecer recursos e gerenciar toda a operação de combate ao fogo, cujos custos mensais da equipe, que poderá ser acionada 24 por dia, estão estimados em cerca de US\$ 450 mil. "Através deste primeiro projeto, o espaço será aberto para a iniciativa privada implantar um serviço de combate a incêndio em grandes áreas, inicialmente em território brasileiro, com possibilidade de assistência em toda a América do Sul," informou o presidente da LCR, Luís Roberto Coutinho Nogueira, empresa que comercializará o serviço.

O projeto, que custou US\$ 8,5 milhões em investimentos, consiste numa célula de combate à incêndio florestal, composta de um avião canadense, dois helicópteros, um avião de reconhecimento e três viaturas. Segundo Nogueira, num país como o Brasil, seriam necessárias, no mínimo, 7 células espalhadas por todo o território para prevenir e combater incêndios em áreas de reflorestamentos, bem como das florestas naturais. "No Canadá, por exemplo, existem 59 aviões deste tipo, sendo que 4 ou 5 voam permanentemente", compara.

As equipes de prevenção e combate ao fogo são formadas por uma combinação de forças terrestres e aéreas especialmente treinadas. O reconhecimento aéreo do incêndio é normalmente realizado pelas aeronaves. As equipes terrestres posicionam-se e são infiltradas por estrada ou em helicópteros devido a sua capacidade de operar perto do fogo. Uma equipe padrão é constituída por combatentes, veículos de combate e apoio, helicópteros e os "scoopers", aeronaves anfíbias que captam água de rios, lagos ou mares e são capazes de lançar, em 1 hora, de 14 a 184 mil litros de água dependendo da distância.

Incêndio de Roraima leva o governo a criar novo projeto para áreas de risco

Na esfera federal, a preocupação com os incêndios florestais teve início em agosto de 1988, quando foi criada a Comissão Nacional de Prevenção e Combate aos Incêndios Florestais. De suas deliberações se originou, em 1989, o Sistema de Prevenção Nacional e Combate aos Incêndios Florestais - Prevfogo, cujas ações, implementação e operacionalização das atividades são coordenadas pelo IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis.

Pouco depois do incêndio ocorrido em Roraima, que destruiu uma área equivalente ao tamanho da Bélgica, foi criado, em maio de 1998, o Programa de Prevenção e Controle às Queimadas e aos Incêndios Florestais no Arco do Desflorestamento - Proarco, cujo principal objetivo é prevenir e combater a ocorrência de incêndios florestais em larga escala na Amazônia Legal, especificamente no Arco do Desflorestamento, através da integração de ações dos órgãos das diferentes esferas do governo e da sociedade. O Arco do Desflorestamento, região considerada de risco e sujeita a catástrofes de grandes proporções, estende-se desde o Nordeste do Pará, passando pelo Sudoeste do Maranhão, Noroeste de Tocantins, Norte do Mato Grosso, Oeste de Rondônia até o Leste do estado do Acre e tem uma área contínua de cerca de 3 mil quilômetros de extensão, variando até 600 quilômetros de largura.

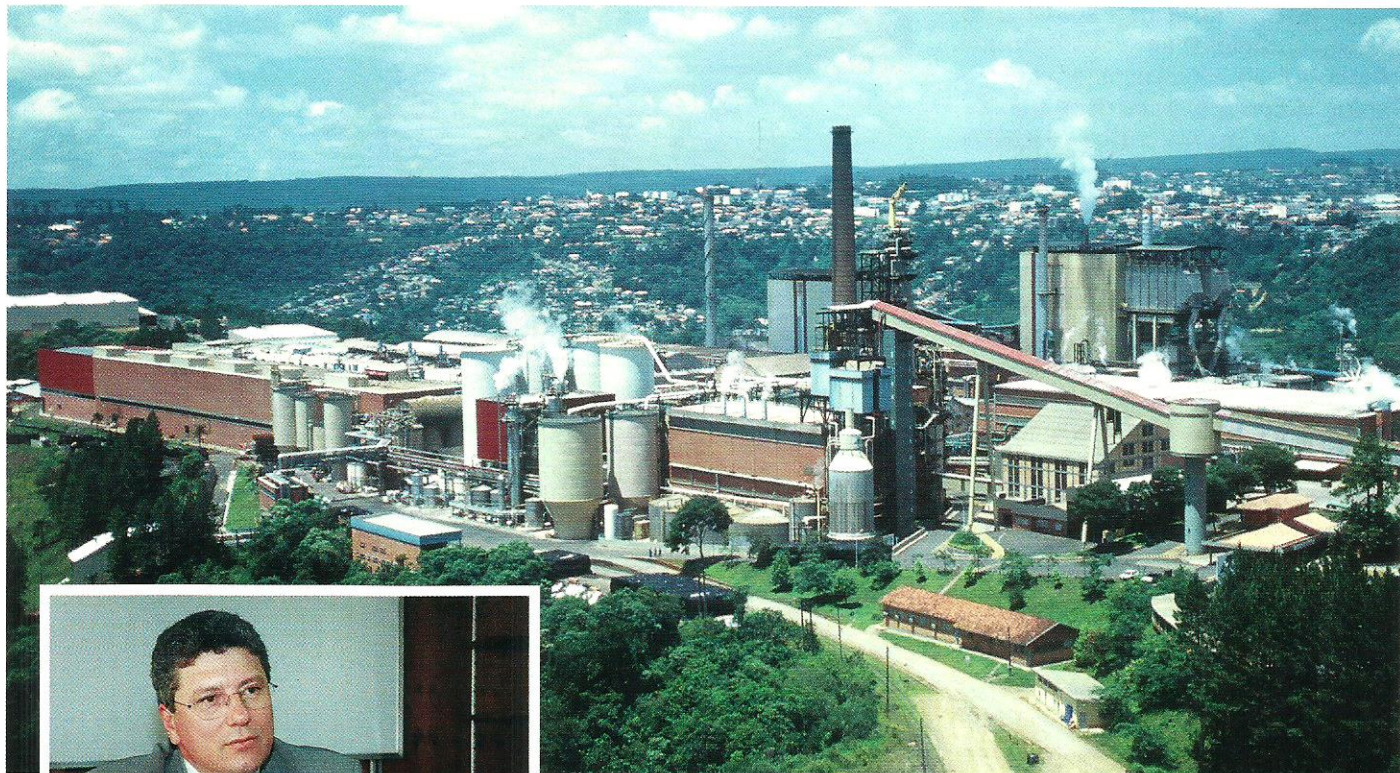
De modo o geral, o governo reconhece que os seus organismos de controle de queimadas e incêndios florestais não estão suficientemente aparelhados e capacitados para exercer um efetivo monitoramento. Os programas existentes, tanto no âmbito federal quanto estadual, mostram-se ainda ineficazes para o seu equacionamento, resultando em ações pontuais, mas descoordenadas e descontínuas, com pouca otimização de infra-estrutura e recursos financeiros, materiais e humanos.



Depois de captar água nos rios, represas ou no mar, a aeronave anfíbia é capaz de lançar, em uma hora, de 14 a 184 mil litros de água.

KLABIN FAZ 100 ANOS E EXPANDE SEUS DOMÍNIOS

No ano em que comemora o seu centário, a Klabin aumenta o seu poder de fogo, adquirindo a Lalekla, da Dixie Toga, e entrando no mercado de madeira sólida, através de joint venture com a Boise Cascade.



Verillo: almejamos sobrevivência e sucesso nos próximos séculos

Vista panorâmica da Klabin do Paraná, a segunda e mais importante fábrica do Grupo, que iniciou suas operações em 1946, sendo a primeira integrada de celulose e papel e símbolo do ingresso do Brasil no ranking dos maiores produtores mundiais. A construção impulsionou o processo reflorestamento que o grupo iniciou nos anos 40 com araucária.

Antiga na cronologia do tempo, mas com visão empresarial moderna, sempre atenta às mudanças econômicas e sociais, traço mais marcante herdado dos seus fundadores, a Klabin, maior empresa integrada de produtos florestais da América Latina, ao mesmo tempo em que completa 100 anos, aumenta o seu poderio dentro do setor de celulose e papel com a sua mais nova aquisição: a Lalekla, da Dixie Toga. Com isso, passa a atuar no mercado institucional de produ-

tos de higiene pessoal. “A entrada nesse segmento estava nos planos da empresa desde a formação da joint venture com a Kimberly Clark”, assinala Josmar Verillo, diretor geral da IKPC.

“A Klabin está se adaptando à realidade da globalização, o que significa que estaremos focando nossos esforços em alguns negócios, fazendo parcerias e joint ventures em outros e, eventualmente, até se desfazendo de alguns”, revela Verillo, acrescentando que a empresa é muito for-

te na área florestal, o que proporcionará uma base importante para alavancagem de negócios nesta área. “E sem dúvida temos que almejar a sobrevivência por mais 100 anos”, assinala.

O que não é impossível, levando-se em conta o tamanho de sua área florestal. Em seus 349 mil hectares de terras próprias, a Klabin cultiva 207 mil hectares de florestas, altamente produtivas, de pinus e eucalipto. Mantém, ainda, 119 mil hectares de florestas nativas

preservadas, constituídas por bosques subtropicais, no entremeio das florestas plantadas. Com base em pesquisas florestais, principalmente nas áreas de biotecnologia e de manejo de solo, a Klabin vem implantando com sucesso novas florestas com elevada produtividade. Por desenvolver suas atividades florestais de acordo com padrões de conservação ambiental e sustentabilidade sócio-econômica, a empresa foi a primeira do setor de papel e celulose no continente americano a receber o Certificado Internacional da FSC - Forest Stewardship Council.

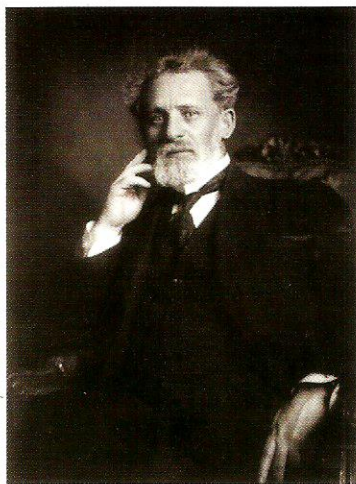
Foco em produtos de maior valor

Além de seu amplo programa de redução de custos e foco mais voltado em produtos de maior valor agregado, a Klabin iniciou recentemente um projeto de desenvolvimento organizacional com vistas a adequar a qualificação do pessoal à nova realidade imposta pela economia globalizada. “Já estamos começando a colher os frutos da reestruturação da empresa. Os resultados positivos voltaram, como consequência dessas mudanças, além da ajuda advinda do ajuste cambial no lado das exportações”, comemora.

A estrutura corporativa também sofreu alterações, com a criação do cargo de Diretor de Operações, que vai permitir ao Diretor Geral dedicar mais tempo ao assuntos estratégicos, além de uma nova unidade de negócios, que é a Madeira. “Os nossos ativos florestais serão gerenciados não mais como fornecedores de matéria-prima para a fabricação de papel, mas sim como um negócio que precisa dar retorno econômico”, revela.

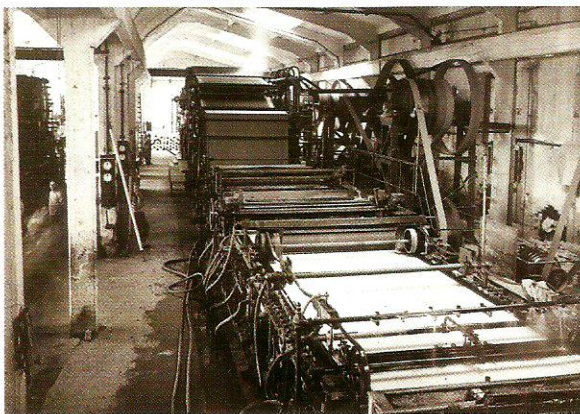
Ingresso no mercado de madeira sólida

Colocando em prática essa nova estratégia de aproveitamento de seus ativos florestais visando maior rentabilidade, a Klabin acaba de estabelecer uma joint venture com a Boise Cascade, em parte iguais, para atuar na produção e comercialização de produtos de madeira de pinus. A nova empresa, a Klabin Boise Cascade, exigirá

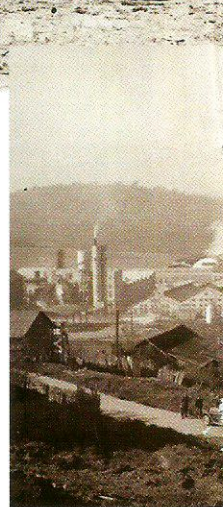


Maurício Klabin, o primeiro da família Klabin a chegar no Brasil e mentor do empreendimento. Decidido a estabelecer-se em São Paulo, onde iniciou um nova vida vendendo cigarros para empórios e albergues, manda chamar a família e juntamente com dois irmãos e um primo funda a Irmãos Klabin & Companhia, em 1899.

Os sócios fundadores da Klabin Irmãos & Companhia, em frente à primeira fábrica (CFP), em 1911, ao lado de familiares e funcionários.

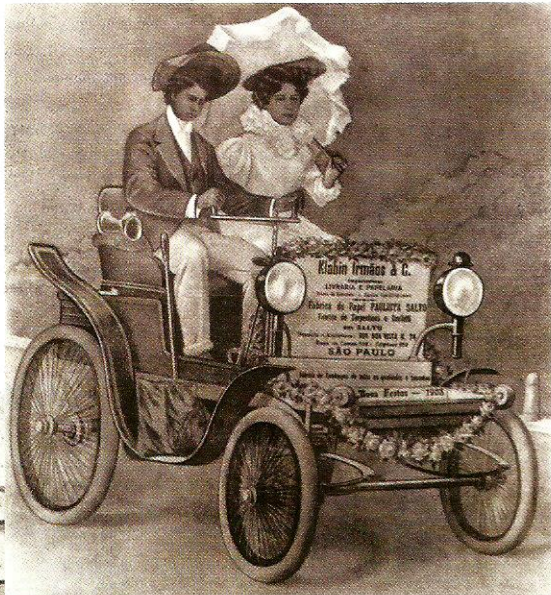


Com máquinas encomendadas da Europa, a Companhia Fabricadora de Papel começou a operar em 1909, dando início a um dos maiores empreendimentos do setor de celulose e papel da América Latina.



investimentos ao redor de US\$ 90 milhões e deverá gerar vendas anuais em torno de US\$ 55 milhões, destinando cerca de 85% de sua produção para o mercado externo, principalmente aos Estados Unidos. A nova empresa vai contar com os ativos florestais da Klabin e da joint venture no Paraná e com a moderna tecnologia de produção e com a rede de distribuição da Boise Cascade

no exterior. “Estamos consolidando nossa estratégia de buscar maior rentabilidade para nossos ativos industriais e florestais, através da fabricação e comercialização de produtos de maior valor agregado”, afirma Verillo, destacando que a Klabin possui 219 mil hectares de florestas plantadas de pinus e eucalipto na região sul do Brasil que, além de abastecer suas fábricas de ce-



Propaganda da Fábrica de Papel de Salto de Itu, em 1903, arrendada por cinco anos pelo Grupo Klabin que decidiu iniciar a produção de papel. Criada em 1899 pelos irmãos Melcher, a arrendada produzia impressos, folhinhas e confetes



Na década de 1940, o presidente Getúlio Vargas visita a área onde estava sendo construída a usina hidrelétrica que recebeu o seu nome, inaugurada em 1953 e considerada, na época, a quinta maior do mundo.



Bonde aéreo que transporta até hoje os funcionários entre a cidade de Telemaco Borba e a Klabin do Paraná, construído por uma empresa alemã. Inaugurado em 1959, o bondinho já transportou milhares de pessoas, sendo considerado na época o mais rápido e de maior extensão de vão livre do mundo, com 1.318 metros de comprimento e 76 metros acima do Rio Tibagi. Antes disso, para atravessar o rio, utilizava-se uma balsa ou uma ponte que fora construída pela Companhia Constructora Nacional SA.

lulose, permitem ainda a venda anual de cerca de 800 mil metros cúbicos de toras para serrarias e laminadoras.

A nova serraria deverá ocupar uma área total de 240 mil metros quadrados e 30 mil metros quadrados de área construída e terá capacidade para processar anualmente 450 mil metros cúbicos de pinus com casca e 200 mil metros cúbicos de madeira serrada. “O cavacos e re-

síduos usados para celulose e geração de energia”, explicou Verillo.

Investimentos em 1999 deverão somar US\$ 80 milhões

Com 21 unidades industriais, sendo 19 no Brasil e duas na Argentina, a Klabin investe aproximadamente US\$ 150 milhões por ano. “Esse ano porém,

nós seguramos os investimentos devido à instabilidade do país e da dificuldade de captação de recursos no exterior”, justifica. Mesmo assim, a empresa deverá encerrar 1999 com algo em torno de US\$ 80 milhões, retornando aos níveis regulares em 2000. “Já está decidido, por exemplo, a instalação do “coater on machine” na MP7, no Paraná, para atender a linha de cartões e está em estudos, ainda, a reforma da MP4 para produção de cartões”, adiantou. Além disso, existe um projeto de aumento da capacidade de papel kraft e sacos multifolhados, na unidade de Santa Catarina, e de celulose, na Riocell, de 300 mil toneladas/ano para 370 mil toneladas/ano.

A construção da primeira fábrica

As origens do empreendimento remontam a 1889, ano em que Maurício Freeman Klabin chegou ao Brasil, vindo de Polónia, uma pequena cidade da Lituânia, e estabeleceu-se em São Paulo. Na rua São João, funcionava a M.F. Klabin, uma tipografia e casa de importadora de artigos de escritórios. Em 1899, fundou, juntamente com os seus irmãos Salomão e Hessel e seu primo, Miguel Lafer, a Klabin Irmãos e Cia. Começava ali a história daquela que seria, no futuro, a maior empresa integrada de papel e celulose da América Latina.

No final do último século, o Estado de São Paulo era um dos principais pólos econômicos do país, graças ao avanço da lavoura do café. Na época, proliferavam-se na região pequenas oficinas e fábricas de fiação e de tecelagem, alimentos, cerâmicas e vidros, serrarias, curtumes, sapatarias, marcenarias etc. A Klabin Irmãos e Cia., dirigida diretamente por seus proprietários, era voltada para a comercialização de produtos de papelaria importados e artigos para escritório.

Decidida a iniciar a produção de papel, a família arrendou, 1902, a pequena Fábrica de Papel Paulista de Vila de Salto de Itu, onde, a partir de trapos, produzia-se impressos, folhinhas e confetes. Mas o maior sonho era a criação de uma verdadeira e moderna fábrica de papel. Assim, Maurício e Salomão, que estavam mais ligados à produção, viajaram para Europa com o objetivo de estudar o assunto. De volta para o Brasil, os sócios iniciaram a construção da

primeira fábrica do grupo, a Cia. Fabricadora de Papel (CFP), num terreno às margens do Rio Tietê, no bairro de Santana.

A fábrica, que contava com máquinas encomendadas da Europa e técnicos especializados em montagem, operação e fabricação, começou a funcionar em 1909. Em 1918, a empresa já possuía uma capacidade de produção diária de 5 toneladas de pasta mecânica, 12 toneladas de papel para embrulho, papel colorido para impressão e para escrever e 10 toneladas de papelão de palha de cartolina. Seis anos depois, destacava-se entre as três maiores fábricas do setor no Brasil, sendo considerada um importante núcleo de pesquisa de novos produtos.

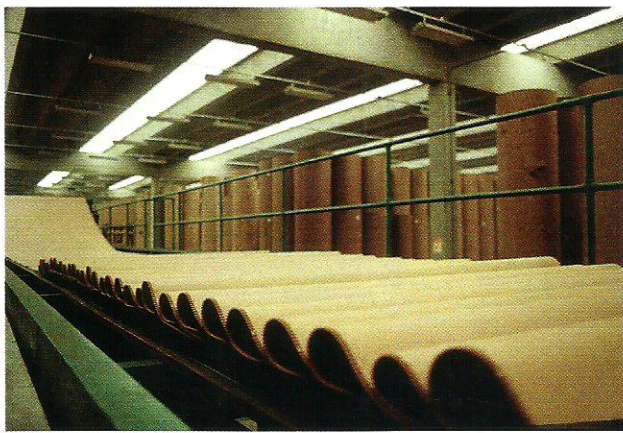
Nos anos 50, a CFP foi responsável pelo desenvolvimento de pesquisas voltadas para a produção de celulose de fibra curta a partir do eucalipto e, também, para a produção de celulose de sisal, além de ser a primeira empresa nacional a produzir papéis de segurança para a Casa da Moeda.

Klabin do Paraná

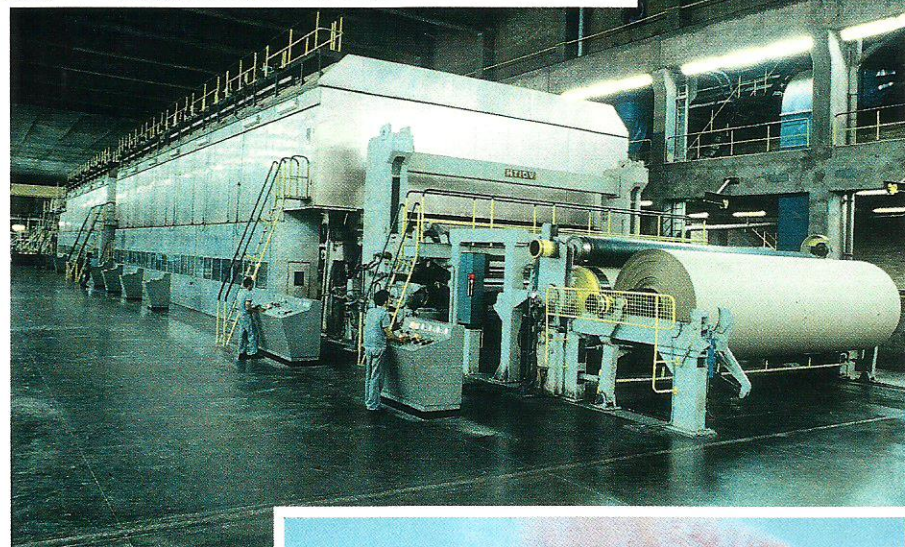
Em 100 anos de existência, o fato mais marcante da trajetória do grupo, conforme assinala Josmar Verillo, foi a construção da Klabin do Paraná, na Fazenda Monte Alegre, no município Telemaco Borba, a primeira fábrica integrada de papel e celulose e símbolo do ingresso do Brasil no ranking dos produtores mundiais de papel.

O projeto inicial previa a construção, numa área de 143.516 hectares, de uma fábrica para produção de papel imprensa, celulose, pasta mecânica, cartolina, cloro e soda cáustica. Para o suprimento de energia elétrica, foi construída ainda uma usina hidrelétrica, inaugurada em 1953, considerada, na época a quinta maior do Brasil.

A nova fábrica do grupo deu novo impulso no processo de reflorestamento com araucária, que teve início no decorrer nos anos quarenta. Paralelamente à utilização desta árvore, foram introduzidos o pinus e o eucalipto, cujas pesquisas concentraram na produção de sementes e em investimentos na área de biotecnologia, com o estudo de novos processos de propagação vegetativa e formação de jardins clonais. Em 1946, após a instalação de seus primeiros equipamentos, a Klabin do Paraná inicia a produção de celulose e pasta mecânica e, em

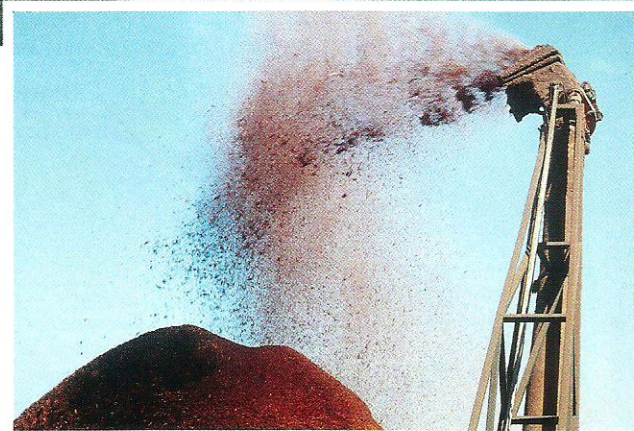


Papelão ondulado deixando a máquina ondulateira. A IKPC possui seis fábricas, com produção que garante a liderança no setor de caixas de papelão.



No destaque, a máquina VII da fábrica da Klabin do Paraná que produz papéis como o Kraft e cartões duplex destinados a embalagens de líquidos. Tem capacidade para produção de 800 toneladas por dia.

Soprador de cavacos, início da produção de celulose na fábrica da Klabin.



seguida, de forma integrada, a produção de papel. Um ano depois, outro marco histórico: o Jornal do Comércio, do Rio de Janeiro, foi impresso totalmente em papel nacional, produzido na Klabin.

Em 1963, foi inaugurada a máquina VI, considerada, na época, a maior máquina de papel imprensa da América Latina, com capacidade de produção de 300 toneladas por dia, quando a Klabin passou a suprir 80% do mercado brasileiro.

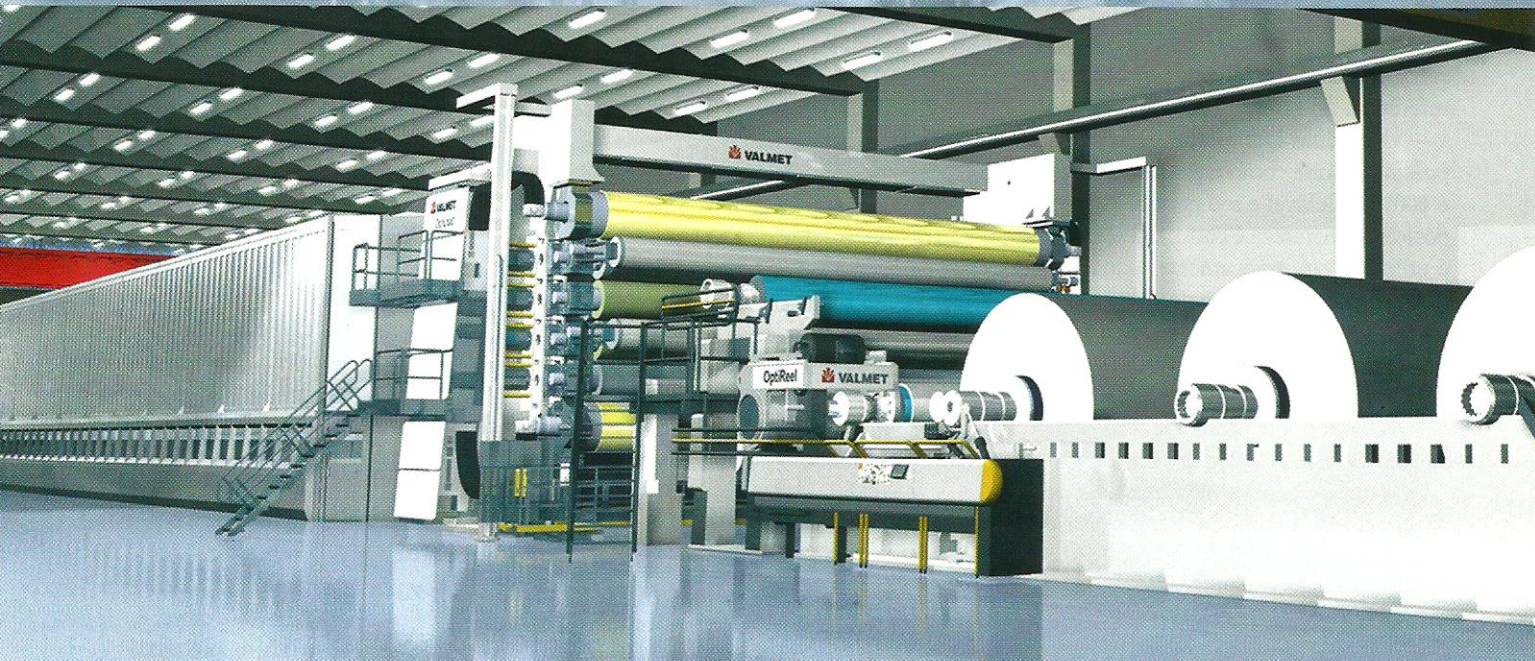
O ingresso do grupo no setor de papelão ondulado se deu na Klabin do Paraná. Hoje, a IKPC possui seis fábricas, com

produção que garante a liderança no setor de caixas de papelão ondulado. Além disso, sempre atenta aos novos mercados, a empresa desenvolveu tecnologia para fabricação de cartão para embalagens de líquidos, em parceria com a Tetra Pak.

Representando uma das maiores áreas de conservação no Estado, a Klabin do Paraná possui 92 mil hectares de áreas de preservação permanente, ou seja, 40% da área total da Klabin. A flora local é composta por mais de 130 espécies arbóreas pertencentes a mais de 40 diferentes famílias.

OptiConcept

Sucesso imediato



Desde o lançamento do OptiConcept em Junho de 1998, há três projetos atualmente em execução:
Steyrermühl AG, SC modernizada, Áustria; **Nanping Paper Co, Ltd**, indústria de papel jornal, China;
e **Haindl Papier GmbH**, LWC, Alemanha.

As máquinas iniciarão suas atividades nos anos de 1999 e 2000.

Os fabricantes de papel contam, uma vez mais, com a liderança tecnológica da Valmet.

Para obter maiores informações, contate-nos através do telefone +55 19 255 3989,
ou pelo fax +55 19 251 6932, ou visite-nos em www.valmet.com.

PRO
FINNISH
DESIGN
1999



VALMET



Empresas desenvolvem campanha para incrementar vendas de papelcartão

Constituída de anúncios, outdoors, ações educacionais e peças promocionais, a campanha criou a marca PapelCartão e um selo que identificam as embalagens como 100% recicláveis.

Sob a coordenação da Bracelpa, oito empresas do setor, entre as quais a Suzano, Ripasa, Papyrus, Ibema, Miguel Forte, Nobrecel, Araupel e Klabin, lançaram uma campanha que tem como principal objetivo aumentar o consumo de papel cartão, exaltando as vantagens comerciais e ambientais do produto, bem como tentando conscientizar a população sobre a importância das embalagens que minimizam o impacto sobre o meio ambiente.

De cunho institucional, a campanha criou a marca PAPELCARTÃO e o selo "Embalagem aprovada pela Natureza", que estão devidamente registrados junto aos órgãos competentes. A marca deverá ser adotada pelo setor sempre que se fizer referência ao produto.

"O produto que estamos evidenciando possui um forte componente ambiental. Ele é 100% reciclável e seu período de decomposição na natureza é curto. O Papel Cartão é utilizado em praticamente todos os segmentos da economia, sendo encontrado nas embalagens de alimentos, produtos de higiene e limpeza, cosméticos, farmacêuticos, brinquedos, calçados, cigarros, livros e cadernos", informou Walter Derani, vice-presidente de Papel Cartão da Bracelpa.

Produzido com celulose extraída exclusivamente da cultura de árvores plantadas para essa finalidade, ou seja, de recursos renováveis, o produto é composto por duas ou mais camadas de papel superpostas, iguais ou distintas, que se aderem pela adição de amido e por compressão. Nessas camadas podem ser utilizados materiais recicláveis. Segundo Derani, a produção de Papel Cartão no ano passado alcançou 473 mil toneladas, o que representou um crescimento de 4,5% em relação a 1997.

O vice-presidente salienta que o produto, além das vantagens de preservação ambiental, possui atributos indispensáveis para uma embalagem, como acondicionamento adequado, permitindo inúmeras formas de apresentação,



já que aceita impressão gráfica praticamente sem restrições e, portanto, faz da embalagem uma propaganda explícita.

"Vantagens para a preservação"

Com o foco no tema "Uma embalagem não precisa ser eterna", a campanha foi criada pela agência The Group Comunicação e ressalta uma das vantagens para a preservação do meio ambiente que o produto possui em comparação com outros tipos de embalagens, que é a sua rápida biodegradabilidade.

Outro ponto abordado demonstra que a produção de PapelCartão contribui para a redução dos problemas enfrentados com o descarte de lixo, como o esgotamento das áreas de destinação de lixo urbano, uma vez que a produção nacional utiliza anualmente 117 mil toneladas de papel reciclável, que deixam de ser desperdiçadas nos lixões e aterros municipais. Para o segundo semestre, estão programadas ações educacionais em escolas que, além de informar sobre o processo de fabricação do papel e da importância da reciclagem, ensinarão a confeccionar papel artesanal.

Metodologia de plantio

A produção de PapelCartão obedece a uma metodologia que vai desde o plantio das mudas das árvores pelas empresas até o produto final, incluindo o tratamento

de efluentes. A matéria prima - árvores plantadas - é natural e renovável, sendo considerada uma cultura como outra qualquer. Além disso, o processo químico utilizado é fechado, isto é, os ingredientes que entram são reaproveitados no próprio processo.

A produção tem início com a formação das mudas, que são plantadas nos parques florestais das empresas. As toras de madeira são cortadas em pequenos pedaços, colocadas num digestor para serem cozidos com produtos químicos e se transformarem em pasta de celulose. Os cavacos menores são utilizados na produção de energia para as caldeiras, juntamente com as cascas, que também são utilizadas como adubo.

Depois de passar por processo de branqueamento e refinação, a pasta segue para a máquina de papel e inicia-se a formação da folha, que é prensada, seca e enrolada, formando grandes bobinas, que são cortadas em bobinas menores ou em folhas de diversos formatos.

No processo de reciclagem, por sua vez, a massa que irá formar cada uma das camadas do Papel Cartão será obtida a partir de papéis recicláveis (jornais, revistas, caixas, rascunhos etc.), que são dissolvidos em água e devidamente tratados para a formação do produto.

Independentemente do tipo, o Papel Cartão é fabricado na faixa de gramatura de 200 a 500 g/m², com ou sem revestimento superficial. Entre os tipos mais comuns de Papel Cartão destacam-se: o duplex, que possui a superfície composta por celulose branqueada e apresenta miolo e verso escuros; o triplex, cuja superfície e verso são compostos por celulose branqueada e miolo escuro; o branco, que apresenta todas as camadas compostas por celulose branqueada e os especiais, destinados a vários segmentos, cujas composições variam de acordo com as exigências de sua aplicação.

Ninguém é Líder por Acaso

**PELA PRIMEIRA VEZ NA AMÉRICA LATINA,
O PRINCIPAL EVENTO DO SETOR**

Associada à Flexo UK, o maior evento do setor no mundo, a FLEVO SOUTH AMERICA chega ao Brasil para modernizar o parque industrial flexográfico, aumentar a competitividade e a produtividade do mercado brasileiro, um dos que mais cresce no mundo.

A FLEVO SOUTH AMERICA colocará em contato técnicos e "Decision Makers" das indústrias Eletro-eletrônicas, Alimentos & Bebidas e Higiene & Limpeza com empresas convertedoras de embalagens de papel, filmes flexíveis, rótulos e etiquetas, fornecedores de máquinas e equipamentos de insumos, além de prestadores de serviços, Câmaras de Comércio e Escritórios Comerciais.

Confira quem já está na FLEVO SOUTH AMERICA '99

3M, Altec, AG Soluções, Andre Gerstmann, Art Lux, Artwork Systems, Asahi Chemical Industry, AWS, Barco Graphics, BASF, Carint, Carnevalli, Du Pont, Edward Graphics, Etirama, Feva, Finetech, Flexopower, Formato, GGS, Grafctron, Gutenberg, Harper, Hurtletron, Ibirama, Imagraf, Imprix, Inkbras, JM Heaford, Kromos, KZZ, Laserflex, MaqFlex, Misomex, Nicron, Nil Peter, Paper Converting Machine, Perfil, Polyfibron, Praxair Rolmaster, Promaflex/Lohmann, Purup-Eskofot, Rotocrom, Rt Chemitronics, Stell Serv, Stork ISC, Supercor, Takano, Tupahue, Uteco, Walmak, entre outros.

Faça como os líderes do setor, reserve seu espaço na Flexo '99!

Mais Informações

Tel.: (011) 5505.7272 R. 707 - Fax: (011) 5505.7872

e-mail: info.flexo@reedexpo.com.br

FLEVO SOUTH AMERICA 1999

Feira Internacional de
Equipamentos & Tecnologias
para a Indústria Flexográfica

Setembro 8-10, 1999

International Trade Mart
São Paulo - Brasil



estação Brasil

Um evento
associado à



Um evento



Delivering Business Contacts

Co-organizador



Cia Aérea Oficial



Apoio Editorial



Revista Oficial



Apoios



Sim, eu quero participar da maior Feira de Equipamentos e Tecnologias para a Indústria Flexográfica do país.

Favor enviar informações sobre: Stand _____ m² Visitação à Feira

Nome: _____ Cargo: _____

Empresa: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ Estado: _____ CEP: _____

Tel.: _____ Fax: _____ e-mail: _____



Reunião da FAO discute desafios e oportunidades do Setor Florestal

A escolha do Brasil para sediar o evento reflete a sua importância no cenário internacional como grande produtor e exportador de produtos de base florestal

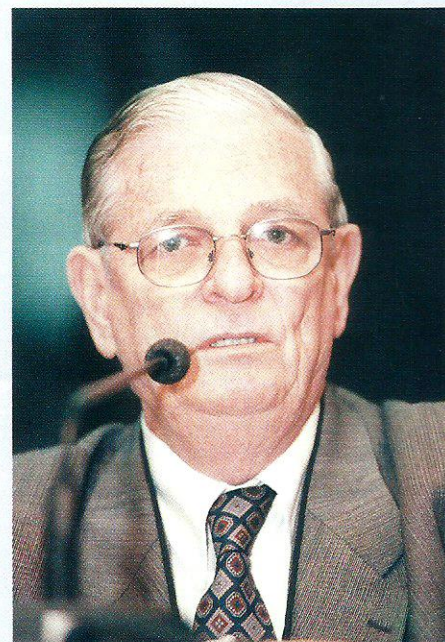


Os dois dias de reunião da 40ª Sessão do Comitê Consultivo da FAO sobre Papel e Produtos Florestais, realizada pela primeira vez no Brasil, sob os auspícios da Bracelpa, foram suficientes para uma reflexão profunda sobre a situação atual e as perspectivas para o setor florestal brasileiro no que diz respeito ao suprimento de fibras, ao manejo sustentável de florestas, as certificações florestais e mudanças climáticas.

Além disso, os membros da FAO, assim como os representantes de associações de empresas do setor de celulose e papel de vários continentes tiveram a oportunidade de conhecer *in loco* o nível de desenvolvimento da indústria brasileira e suas técnicas silviculturais. A escolha do Brasil para sediar esta importante reunião mostra, ainda, o reconhecimento do país como importante produtor e exportador de

produtos florestais, principalmente pela vasta área de terra, solo e condições climáticas favoráveis ao crescimento das árvores.

A reunião da FAO foi aberta pelo presidente da Bracelpa, Boris Tabacof, que ressaltou o momento de transição em que se insere o setor, tanto nos aspectos de demanda, produção e comercialização. “Nossa indústria é significativamente diferente de outras indústrias consolidadas, tendo maior periodicidade de ciclos, grande excesso de capacidade e questões em torno das fontes de matérias-primas entre outras tantas diferenças”, disse, acrescentando que a eficiência no controle de despesas e a habilidade em manter uma taxa de retorno sobre o ativo produtivo estão se tornando rapidamente o principal fator para o sucesso de vários segmentos de celulose e papel.



Tabacof:
“O setor passar por período de transição”

Estudos em andamento

Já o diretor da Divisão de Produtos Florestais da FAO, Wulf Kilmann, abordou a importância dos estudos florestais que estão em andamento, que identificarão tendências e possíveis cenários para o setor florestal. Para tanto, o órgão vem acompanhando sistematicamente as várias iniciativas em andamento, bem como a pressão da sociedade e dos partidos verdes. Kilmann adiantou que a demanda por produtos florestais tende a aumentar, provocando uma deficiência no abastecimento de fibras em níveis regionais. "No futuro, a população pobre deverá se envolver mais nas vantagens e benefícios das florestas e a titularidade da terra, atualmente bastante discutida, deverá ser solucionada", acredita. Para isso, ele ressaltou a necessidade de investimentos e da implementação de políticas florestais, "cuja viabilização vai depender do equilíbrio entre os interesses públicos e privados".

Plano Nacional de Florestas

Ao falar sobre a crescente contribuição do setor florestal no processo de desenvolvimento econômico nos últimos anos, o secretário executivo do Meio Ambiente, José Carlos Carvalho, destacou que o aumento do consumo de produtos florestais tem um significativo impacto sobre as florestas naturais e plantadas. "O conceito da sustentabilidade florestal provém do princípio de que a floresta pode suprir necessidades de matéria-prima de um setor e, ao mesmo tempo, satisfazer as questões sócio-econômicas e as demandas das pessoas envolvidas", acrescentou. Para tanto, ele elencou quais seriam as funções das áreas de plantação no Brasil: fornecer matéria-prima para a indústria de papel e celulose, carvão, aço e madeira processada; criar a figura do produtor florestal, que se tornará a base para a implementação da política da floresta sustentável, juntamente com pequenos, médios e grandes proprietários e monitorando-os para a criação de melhores condições econômicas, sociais e ambientais nas áreas degradadas,

além de criar um sistema integrado com a indústria florestal para sustentar a produção florestal e criar novos empregos.

Na oportunidade, José Carlos Carvalho anunciou que está em andamento um Plano Nacional de Florestas, com base no desenvolvimento auto-sustentado, visando auxiliar a iniciativa privada a expandir a produção industrial de base florestal. O programa que vai estabelecer mecanismos para o aproveitamento sustentado na Amazônia deve constar do Plano Plurianual do Governo, que o Presidente Fernando Henrique enviará ao Congresso Nacional em 3 de agosto próximo.

Certificação

A importância cada vez maior da certificação florestal como resposta às pressões ambientais e a não utilização deste instrumento como barreira comercial foi abordada por Carlos Alberto Roxo, coordenador de Certificação de Florestas da Bracelpa.

"O mundo precisa de confiáveis sistemas de certificação de florestas que devem receber o apoio da sociedade e da iniciativa pública e privada. Mas é necessário evitar o monopólio através, principalmente, do desenvolvimento de



Carlos Roxo:
"Precisamos de confiáveis sistemas de certificação"

novos sistemas de certificação", concluiu.

Ao falar sobre o andamento dos processos de certificação no Brasil, Roxo revelou a existência de mais de 626 mil hectares de florestas certificadas, através de rigorosos padrões, tanto do sistema ISO 14020 como o FSC (Forest Stewardship Council), sendo o primeiro mais utilizado pelas empresas do setor de papel e celulose. Até o final deste ano, a meta do FSC é certificar 1 milhão de hectares. Em nível mundial, a área de florestas que obtiveram certificação ultrapassa a 16 milhões de hectares. Roxo anunciou ainda o desenvolvimento, no Brasil, do CERFLOR, pela ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas, cujos critérios já foram definidos e deverá estar operando até o final deste ano.

Perspectivas globais para as plantações florestais

"Sem contar como antes com as florestas nativas que, lamentavelmente, em muitas regiões foram reduzidas a um mínimo histórico ou encerradas em reservas naturais ou áreas protegidas, de onde virão aquelas quotas complementares para o abastecimento futuro de madeira para as diversas finalidades industriais?" Assim, Carlos Marx Ribeiro Carneiro, assessor Regional de Programas Florestais Nacionais para América Latina, abriu a sua apresentação durante a reunião da FAO.

Apesar das muitas propostas que responderiam a pergunta, Marx Carneiro enumerou algumas opções, entre as quais o aumento dos processos de reciclagem; utilização mais eficiente dos vários tipos de resíduos pelas indústrias; utilização de fibras não lenhosas; aperfeiçoamento nas taxas de conversão e aproveitamento durante o processamento da madeira (desde a floresta à indústria); desenvolvimento de produtos e tecnologias alternativas e mais eficientes, além de métodos eficazes ou eficientes de exploração e intensificação do Manejo Florestal.

Ao mencionar a distribuição mundial das plantações florestais, Marx lembrou que a metade se encontra na Ásia. A antiga União Soviética e as Américas Central e do Norte, juntas, cobrem cerca de 30%, enquanto a América do Sul e a Oceânia - áreas tradicionalmente muito identificadas pela presença de plantações - possuem, relativamente, áreas modestas quando comparadas às outras regiões.

Sobre as áreas de plantio, o domínio das plantações Asiáticas se deve basicamente a três países, China, Índia e Japão que, juntos, cobrem 80% da região. A Federação Russa e os Estados Unidos possuem cada um mais de 10 milhões de hectares de plantios. "É interessante verificar que somente 13 países possuem mais de 1 milhão de hectares de plantações e 18 países possuem mais de 90% da área total", ressaltou.

Para traçar um panorama global sobre o abastecimento de matéria-prima pelas plantações, Marx Carneiro norteou a sua apresentação em três possíveis cenários para cinco regiões.

O primeiro cenário supõe que não haverá novos plantios. A produção futura foi determinada com base na área que existe atualmente, ou seja, a área e distribuição das plantações no mundo permaneceriam constantes.



Marx Carneiro:
"É difícil prever o que vai acontecer com os plantios"

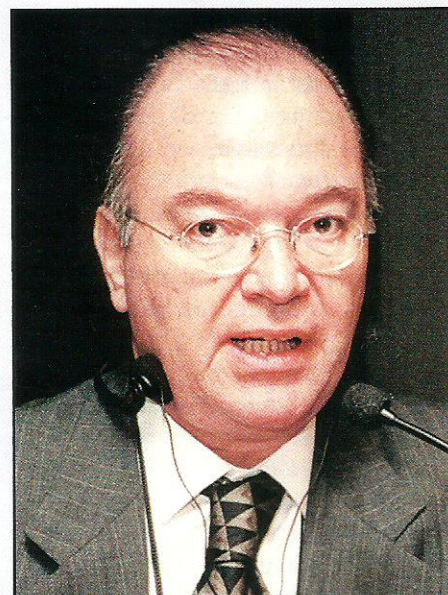
No segundo cenário, supõe-se que se plantará anualmente cerca de 1.200.000 hectares, ou seja, 1% da área atual de plantio. "A distribuição geográfica dos plantios permanecerá como está no presente momento", explicou.

Já no terceiro cenário, os valores nacionais de plantio em 1995 seriam mantidos até 2005. Dessa forma, nos 10 anos seguintes, até 2015, a taxa de plantio baixaria para 80% dos valores de 1995, e posteriormente para 60% até 2025 e 40% até 2035, e assim sucessivamente.

"É difícil prever o que irá acontecer já que muitos fatores poderão influenciar, especialmente o que poderá acontecer com as políticas florestais nacionais como decorrência dos debates internacionais sobre florestas e manejo sustentado. A nossa melhor conclusão é de que o cenário 2 nos oferece uma visão mais conservadora do futuro. Ou seja, é bem difícil que as taxas anuais de plantio passem dos 1,2 milhões de hectares por ano nos próximos 50 anos", finalizou.

Impressões

Os eventos que fizeram do Brasil — em especial, de São Paulo — o principal foco de visão da indústria mundial de celulose e papel tiveram um efeito bastante favorável para a imagem do país. Os delegados internacionais fizeram questão de manifestar sua boa impressão com a organização em mensagens pessoais ao presidente da entidade brasileira, Boris Tabacof e, em especial, ao presidente do Fórum, Mário Higinio Leonel. "Organização perfeita", opinou, de Roma, Armando Cafiero, da Associação Italiana da Indústria de Papel e Pastas. "Guardaremos eternamente essa lembrança do Brasil", aduziu, de Bruxelas, Marie S. Arwidson, diretora geral da Confederação Européia das Indústrias de Papel. Lise Chapelle, presidente e CEO da Associação Canadense de Celulose e Papel, que presidiu a reunião da FAO, em São Paulo, diz que todos acharam "sensacionais as ins-



Mário Leonel, da Bracelpa,
recebe elogios pela excelente
organização do evento.

talações, intérpretes, facilidades e apresentações proporcionadas a todos.

"Estamos certos que grande parte desse sucesso se deve à sua dedicação", aponta para Mário Higinio Leonel. Faz coro com "a maravilhosa organização" e "hospitalidade excelente", o representante da Copacel, que escreveu de Paris, Jean-Paul Franiatte. Carlos Sacal, do México, simplesmente expressou-se assim: "um sucesso". "Organização excelente" aduziu, em mensagem, Irene Meister, de Nova Iorque, secundada por James Griffiths, da Nova Zelândia e Carlos Marx Carneiro, representante da FAO, no Chile, dentre outras manifestações também acaloradas que cumprimentam Tabacof e Mário Leonel pela organização dos eventos dos produtores de celulose e papel de todo o mundo e da FAO, em São Paulo.

A mensagem mais enfática sobre a reunião da "nossa coalizão industrial" e, a seguir, da FAO, veio do presidente e CEO da American Forest and Paper Association, W. Henson Moore. "A reunião foi de importância crítica. Foi o nosso quarto encontro e os três anteriores tiveram pequeno valor. Estamos começando a trabalhar em conjunto, como uma indústria internacional, graças a essa reunião", completa ele, em mensagem a Mário Leonel.



STUDIO A FOTOLITO, GRÁFICA E EDITORA

Av. Itamarati nº 192/194 - Parque Jaçatuba - Santo André - SP - 09290-730 - Tel.: 4975.5633 / 4472.9133

BEATRIZ REDKO

DA ÁRVORE AO PAPEL, TRANSFORMAÇÃO QUE INSPIRA AMOR ETERNO

Sílvia Pimentel D'Alessio

Uma apaixonada por madeiras e fibras, Beatriz Vera Pozzi Redko é uma espécie de “detetive florestal”, esmiuçando o comportamento das árvores desde a plantação nas florestas até a sua transformação em papel. O sonho de poder contribuir para salvar vidas levou-a a fazer engenharia química pela Politécnica. “Quem não descobre o remédio que cura tudo, pode contribuir fazendo o papel que o transporta”, pensou, pouco antes de aceitar um convite para trabalhar na recém inaugurada seção de Celulose e Papel do IPT - Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo, em 1962. Até então, era uma aluna-assistente que persistia em detectar o princípio ativo que torna as colônias de formigas saúvas imunes às contaminações do meio ambiente. Nove anos depois, foi convidada para trabalhar como pesquisadora na Universidade de Toronto, onde teve a oportunidade de conviver com o professor W. Howard Rapson, considerado o papa do branqueamento, além de outros renomados pesquisadores. Na Jari, onde trabalhou durante dezesseis anos, teve participação ativa na introdução do eucalipto, depois de pesquisar mais de 300 espécies de madeiras, uma “época muito rica”, como ela mesma define. Hoje com 60 anos, Beatriz Redko, que é diretora técnica da ABTCP (Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel), divide seu tempo em trabalhar como consultora para algumas empresas do setor de celulose e papel, fazer tricô para os netos, cozinhar e navegar pela Internet à procura de informações sobre sustentabilidade, desempenho econômico dos países em desenvolvimento e, também, sobre a condição da mulher, que acredita, com muita convicção, ser detentora de um poder que ela mesma desconhece.



Celulose & Papel - Quantos anos você tem?

Beatriz Vera Pozzi Redko - Tenho 60 anos, completados em maio.

C&P - Onde nasceu?

Beatriz - Em São Paulo, na Pró-Mater Paulista.

C&P - Qual a sua formação e quanto tempo atua na área de papel e celulose?

Beatriz - Me formei em Engenharia Química pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Trabalho com madeira, celulose e papel há 37 anos.

C&P - Qual foi o primeiro emprego depois de se formar?

Beatriz - No IPT - Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo. Em 1961 o professor Walter Borzani, com quem trabalhava como aluna-assistente, tentando descobrir o princípio ativo que torna as colônias de formigas saúvas imunes às contaminações do meio ambiente,

me convidou para ser engenheira-assistente na nova seção de Celulose e Papel do IPT. O primeiro trabalho foi determinar lignina e celulose em 12 espécies de madeiras amazônicas, comparando-as com o eucalipto.

C&P - Trabalhou por quanto tempo no IPT?

Beatriz - Mais ou menos 13 anos. Depois fui para o Canadá, onde trabalhei como pesquisadora convidada, na Universidade de Toronto, com o professor W. Howard Rapson, o papa do branqueamento. Quatro anos depois, voltei para o IPT, onde fiquei mais dois anos. Aí fui convidada para trabalhar na Jari.

C&P - Como é o seu ritmo de trabalho hoje e demanda pelos serviços prestados?

Beatriz - Trabalho como consultora para algumas empresas, na área de florestas, fibras e processos. Demanda existe muita. Mas, atualmente, as empresas estão com pouco dinheiro. Mas tenho um rit-

mo normal de trabalho, vou fazendo minhas coisas, me atualizando e atendendo os clientes na medida que eles precisam.

C&P - Qual foi a sua participação no desenvolvimento de tecnologia para o eucalipto?

Beatriz - No IPT, depois de visitar a Simão e a Suzano, comecei, juntamente com outros profissionais, a cozinhar, branquear e analisar mais o eucalipto, além de estudar o bambú, vários Pinus, o sisal, a acácia negra e o bagaço de cana. Depois, tive a honra de introduzir o Pinus caribaea e o eucalipto na Jari.

C&P - De onde veio a inspiração para a escolha dessa área de florestas? Como surgiu esse interesse e dedicação para fazer o que faz?

Beatriz - Sou uma apaixonada por madeiras e fibras e maníaca por flores e plantas. Eu gosto de saber o que aconteceu com a madeira desde que ela foi plantada até se transformar em papel.

C&P - É casada?

Beatriz - Fiquei viúva muito cedo. Tenho há muitos anos um parceiro que mora no Canadá e nos vemos muitas vezes ao longo do ano. Trata-se de um relacionamento muito peculiar.

C&P - Tem filhos ou netos?

Beatriz - Tenho duas filhas, Cristina e Natália, e dois netos. Perdi meu filho Alexandre em 1997.

C&P - O que mais gosta de fazer quando não está trabalhando?

Beatriz - Surfar na net, ler, assistir a filmes, fazer tricô para meus netos, cozinhar. Aliás, sou uma cozinheira de mão cheia.

C&P - Qual o prato mais gostoso que sabe fazer?

Beatriz - Qualquer coisa, desde tutu de feijão à comida russa. Ultimamente tenho feito muito lasanha, inhoque, peixe. Gosto muito de cozinhar.

C&P - Qual o tipo de leitura preferida?

Beatriz - Especialmente sobre a condição feminina. Sobre a mulher libertar a força interna, que às vezes é muito maior do que ela pensa.

C&P - Gosta de animais?

Beatriz - Adoro. Quando morava em Monte Dourado, no Pará, eu tinha um Dog Alemão, chamado Daniel. Somos companheiros dos animais e não o contrário. Na minha casa, os donos são os gatos. Sou apenas um acessório que está lá para agradá-los.

C&P - E de música?

Beatriz - Gosto de música tradicional, de música de índio, de tribos, tanto do Brasil como dos Estados Unidos, África, Ásia. Gosto de ver o paralelismo entre as culturas. Precisamos comparar as culturas e saber como isso pode melhorar a alma da gente. A busca da melhoria através da paz, das coisas simples.

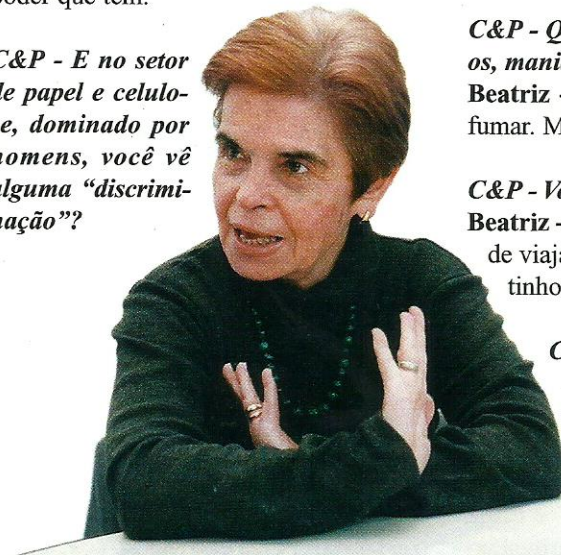
C&P - Na Internet, qual o site preferido?

Beatriz - Sou uma internauta. Gosto do *Economist*, *CNN*, *New York Times*. Procuro também sites a respeito de sustentabilidade e meio ambiente, assuntos pelos quais me interessa muito. Gosto também de assuntos econômicos sobre países menos desenvolvidos. Além disso, me interessa muito sobre a condição da mulher.

C&P - Por que este interesse pela situação da mulher?

Beatriz - Tenho a convicção de que quando as mulheres começam a ter educação, toda a civilização melhora. Existe, por exemplo, um projeto na Índia, de educar todas as mulheres. Educando-as, elas terão mais cuidado em ter menos filhos, darão mais educação aos filhos e o todo fica melhor. De uma certa forma isto está sendo feito no Brasil. A mulher não sabe do poder que tem.

C&P - E no setor de papel e celulose, dominado por homens, você vê alguma "discriminação"?



Beatriz - Acho que existem poucas mulheres, relativamente. E não há motivos para não ter. A mulher tem uma compreensão das coisas tão boa quanto os homens. Geralmente, a atuação das mulheres é muito importante, mas é colocada em segundo plano. Um chefe, por exemplo. Em quase tudo o que ele faz, a secretária ajuda muito. Mas é ele quem leva todas as glórias. Não sei se isso acontece pelo fato de a sociedade ser machista ou porque a própria mulher não tem consciência da sua potencialidade. Ela consegue ver o outro lado das coisas. Dizem que a mulher é dispersiva, por exemplo. Eu não penso assim. Cuidar de uma criança, por exemplo, exige uma tremenda concentração. Quando a mulher pega uma tarefa para fazer, ela transforma aquilo como se fosse o filho dela, com mais dedicação, acredito, fazendo tudo o que pode e o que não pode. Ela precisa conquistar o seu lugar ao sol.

C&P - Além da condição da mulher, quais assuntos despertam certa preocupação?

Beatriz - Atualmente estou muito impressionada ao ver como o ser humano é violento. Fazendo um levantamento sobre os filmes, quantos foram violentos e quantos nós gostamos? A Máquina Mortífera 4, por exemplo, que assisti há pouco tempo. É um filme violento e eu estava gostando. Então, como isso funciona para o adolescente? Existem coisas simples, também, que são uma violência. Os juros bancários são uma violência, os lucros que os bancos tiveram com a virada do real, que nos prejudicaram. Isso também não é uma violência para quem trabalha, para quem vive do salário?

C&P - Quais são os seus principais vícios, manias?

Beatriz - Bom, estou tentando parar de fumar. Mas como não trago,...

C&P - Você viaja muito?

Beatriz - Sempre que posso. Gosto muito de viajar. Natal, onde estão os meus netinhos, é a minha viagem preferida.

C&P - Qual a sua auto-análise da Beatriz profissional, da Beatriz mãe?

Beatriz - Eu consigo comparar, separar, mais ou menos. Quando fazemos algo que gostamos, sabemos separar e

fazer bem feito. Como profissional, é essencial gostar daquilo que se faz, curtir. Mesmo na hora de fazer algo que não se gosta, basta ver o lado positivo da tarefa. Acho que ser mãe é uma coisa difícil. Primeiro porque tentamos ser perfeccionistas e não conseguimos. A mãe também não pode querer ser a dona da verdade, porque a criança, quando chega numa certa idade, está sujeita a muitas influências. Ela compara os seus juízos de valores com o dos outros. A mãe não pode impor para a criança o que ela pensa, porque ela tem discernimento, informação etc.

C&P - Qual o seu maior orgulho?

Beatriz - Não desistir de nada do que acredito, apesar das minhas limitações. Continuar lutando e tentando, sem entregar a rapadura tão fácil assim. Não entregar o jogo no primeiro tempo. Tentar me renovar e continuar lutando.

C&P - Você tem alguma religião ou é simpatizante?

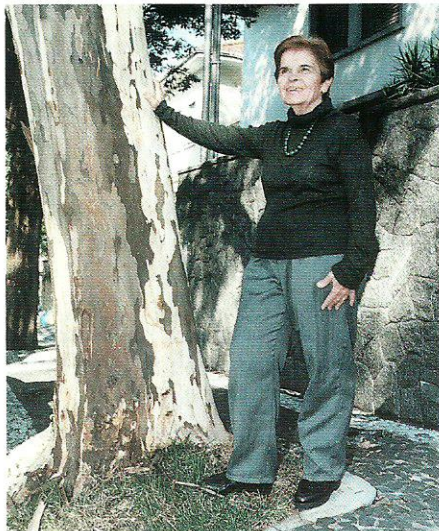
Beatriz - Já fui católica, espírita mas nenhuma religião respondeu às minhas perguntas. Mas tenho a filosofia particular de tentar fazer o melhor que eu posso para torna este mundo melhor.

C&P - O que pensa sobre a Globalização?

Beatriz - Acho a globalização muito boa. É sadio as pessoas viverem de um mesmo jeito, mas não ao ponto de negar as próprias tradições. Por exemplo, quando se vai a uma praia de pescadores do Nordeste, onde tem cerveja e coca cola, o gostoso mesmo é comer o peixe frito com água de côco.

C&P - De que forma isso lhe preocupa tanto assim?

Beatriz - Me preocupo muito com a falta de respeito à tradição dos mais velhos. Quantas pessoas mais velhas que “desaparecem” e não há registro das coisas boas que foram feitas, como por exemplo, os remédios feitos de ervas dos pajés. A minha mãe morreu há pouco tempo. E hoje fico pensando sobre as coisas que ela sabia que eu não tive tempo de ver ou perguntar. O meu pai, inclusive, está resgatando algumas coisas que ela escrevia, que são fabulosas. Vivemos num mundo muito competitivo, onde precisamos saber das últimas notícias sempre e deixamos muitas coisas de lado. Por causa disto ficamos mais pobres de espírito. Per-



demos o contato com os filhos, com os pais e com a gente mesmo.

C&P - Qual a sua análise em nível de Brasil sobre a preocupação do governo com relação às questões ambientais?

Beatriz - Acho que ainda falta educação e responsabilidade de cada um. Aqui, por exemplo, nós não temos vergonha de jogar uma ponta de cigarro na rua. Precisamos da regra dos escoteiros: esse lugar de onde você está saindo deve ficar como quando você chegou. Em outras palavras, limpar toda a sujeira que você fez. Ninguém tem o direito de poluir. Além disso, o brasileiro acha que plantar árvores é uma atividade menos nobre, enquanto para os suecos e os finlandeses, plantar árvores é algo que dá status. E as leis ambientais brasileiras não ficam a dever a nenhum outro país. São até restritivas demais para o progresso. Se o Brasil exportasse as leis de florestas que restringem o próprio progresso para a Indonésia, por exemplo, estaria numa situação muito melhor.

C&P - Então, a sociedade tem papel fundamental para resolver essas questões?

Beatriz - A deterioração do meio ambiente é responsabilidade de cada um. Grande parte dos problemas ambientais do Brasil poderiam ser resolvidos através de iniciativas da comunidade.

C&P - Na sua opinião, qual a melhor forma das florestas gerarem riquezas?

Beatriz - Os Sem Terra, por exemplo, que estão numa posição ilegal e onde há tanta gente disponível. E a quantidade de terra que existe e que não pertence a ninguém. Por que não fazer uma distribuição com a obri-

gação de cada um ter sua fazendinha, fazer micro-propriedades? Mas isto não é uma coisa que para a cultura brasileira tenha valor. Para o brasileiro, não há valor em ser fazendeiro, sitiante. Ele tende a querer muito o modelo *american way of life*, mas por esse modelo o fazendeiro americano é valorizado lá e não tem vergonha da sua condição. O brasileiro acredita que para ser aceito, tudo tem que ser de acordo com o que aparece nas novelas. Na verdade acho que o que falta para o brasileiro é cultura florestal, cultura de plantar árvores.

C&P - Com relação a todas essas questões ambientais, manejo sustentável, como se posiciona o setor de papel e celulose no Brasil?

Beatriz - Aprecio muito a atitude do setor. Grande parte do dinheiro investido ultimamente é destinada à melhoria do meio ambiente. Todas as mudanças de processos são feitas visando o meio ambiente.

C&P - Um dos assuntos mais discutidos durante a reunião da FAO, aqui no Brasil, envolvia o Protocolo de Kyoto e o sequestro de carbono. Qual a sua visão a respeito desses temas polêmicos?

Beatriz - Com relação ao Protocolo de Kyoto, o Brasil tem uma posição bastante aberta. O governo brasileiro teve a sabedoria de não considerar o Brasil como responsável pelas emissões de gás carbônico. As árvores crescem aqui com um grau de velocidade maior do que em outros lugares. Então, para nós só nos resta plantar. Mas não temos a mentalidade de plantar. Seria bom se os países que são poluidores investissem e plantassem aqui. Mas eles têm medo, porque plantar muitas árvores aqui, acreditam, seria uma forma de alimentar o inimigo competidor. Então, preferem plantar em lugares, digamos mais controláveis, como a Costa Rica ou Nicarágua.

C&P - Qual a sua opinião sobre a questão da certificação de florestas?

Beatriz - Isto cheira muito à barreira tarifária. A certificação de florestas é uma coisa boa, mas deve-se trabalhar bem sempre. Se você vai ter lucro ao longo prazo de uma floresta, dentro dos padrões técnicos de sustentabilidade os melhores possíveis, não precisa certificar. É pode ser um obstáculo, impedindo que os pequenos proprietários considerem plantar árvores uma atividade lucrativa.

PAPEL DE SALTO

FOCO NO SEGMENTO DE PAPÉIS DE SEGURANÇA

Sem a intenção de abandonar outros nichos de mercado, a Papel de Salto, uma joint venture entre a VCP e o grupo Arjo Wiggins, impulsionada principalmente pelo aumento do índice de falsificação de documentos, está concentrando esforços no segmento de papéis de segurança, o mais importante para a empresa tanto em volume como em rentabilidade.



Instalada a 90 km de São Paulo, a Papel de Salto fornecia, em 1977, os primeiros lotes de papel 100% nacional para a Casa da Moeda.

A “indústria” da falsificação de remédios poderia estar com os dias praticamente contados caso houvesse uma sinalização positiva por parte do Governo Federal, especificamente da Secretaria da Vigilância Sanitária, quanto ao ambicioso projeto apresentado pela Papel de Salto, uma joint venture entre a VCP e o grupo europeu Arjo Wiggins, que inclui a utilização de papéis de segurança, com marca d’água, na impressão de bulas e embalagens externas para assegurar a autenticidade dos medicamentos.

“O nosso projeto consistia em oferecer ao Ministério da Saúde um papel com marca d’água exclusivo, fabricado em Salto, para assegurar que todas as bulas dos remédios tivessem total controle por parte do governo”, explica Michel J. Giordani, diretor da Papel de Salto. Além de coibir a falsificação, o governo teria um controle fiscal sobre a comercialização dos medicamentos. “Mas, infelizmente, o projeto parece não ter despertado muito o interesse, apesar do baixo custo envolvido”, acredita. Segundo ele, sem promover qualquer

alteração no processo de embalagem dos laboratórios, o aumento do custo total do remédio seria inferior a meio centavo de real, “um valor desprezível”, ressalta.

Mesmo assim, alguns laboratórios acataram a idéia e estão em vias de utilizar os papéis de segurança em suas embalagens e bulas, apesar do receio de, a qualquer momento, a Secretaria da Vigilância Sanitária determinar uma outra forma de evitar a falsificação. Tanto que a empresa já está desenvolvendo

algumas marcas d'água exclusivas para as bulas e embalagens externas de alguns laboratórios.

Especializada na fabricação de papéis de alto valor agregado, entre os quais de segurança, papéis de imprimir e escrever finos, papéis industriais e de uso medical, e com capacidade instalada de 19 mil toneladas/ano, a Fábrica de Salto está concentrando seus esforços no primeiro segmento, sem deixar de lado outros mercados. "Não temos planos de abandonar outros segmentos em prol do mercado de papéis de segurança", assegura Giordani. Na área de papéis de uso medical, por exemplo, a empresa é a única fornecedora nacional.

Falsários: principais aliados

Há razões de sobra para a empresa estar investindo neste nicho de mercado, o mais importante em volume e rentabilidade, respondendo por quase 50% do faturamento anual, que no ano passado foi de US\$ 60 milhões. Apesar da inexistência de dados precisos, estimativas da ABCF - Associação Brasileira de Combate à Falsificação, apontam que a reprodução de documentos falsos que envolvem valor, como cédulas e vales alimentação, geram prejuízos em torno de US\$ 15 bilhões por ano.

Com o objetivo de mostrar as vantagens do uso deste tipo de papel como medida preventiva à falsificação, a empresa vem patrocinando alguns eventos com o envolvimento de superintendências da Polícia Federal do Brasil e do Mercosul.

"Também estamos desenvolvendo um programa de formação dos vendedores de impressão, pois nosso maior cliente de segurança é o gráfico e o impressor, visando mostrar o que é, para que serve e quais são as opções de segurança que podem ser agregadas ao papel", explica Giordani.

Mas como ele mesmo assinala, trata-se de um trabalho de formiga, "pois o brasileiro tende a fazer seguro do carro ou de incêndio do imóvel depois que roubaram o carro ou o imóvel pegou fogo". Como exemplo, Giordani citou o caso de um dos seus clientes da área de vales de alimentação, que passou a usar os papéis de segurança depois da ação dos falsários. Segundo ele, algumas empresas chegaram a ter prejuízos da ordem de US\$ 300 mil, afetando sensivelmente a saúde financeira. "Paga-se um adicional pelo papel de segurança, algo em torno de 50 mil dólares por ano, no máximo", explica, acrescentando que é necessário estar sempre à frente dos falsificadores, que hoje contam com mecanismos que não tinham há 20 anos, como scanner, fotocopadora colorida, etc..

Diferentemente do que ocorre no Brasil, nenhum documento de identificação nos Estados Unidos e países da

Europa é feito em papel comum. Aqui, os poucos documentos impressos neste tipo de papel contém elementos de segurança que eram válidos há 20 anos. "Desde então o índice de documentos fraudulentos aumentou bastante. Assim o risco de se colocar um elemento de segurança muito barato e fácil de ser reproduzido é muito grande, facilitando o escoamento da produção dos produtos falsificados", conta, ressaltando que atualmente a única coisa que o falsário não tem condições de reproduzir com fidelidade é a marca d'água. "Uma máquina que faz a marca d'água deve custar hoje em torno de US\$ 150 milhões", explica.

Investimentos

Outra iniciativa da empresa focando esse nicho foi o investimento mais recente, de US\$ 2 milhões, para equipar uma de suas máquinas (a primeira a entrar no Brasil), prestes a completar 110 anos, com

vistas a oferecer uma melhor impressão. Trata-se de uma máquina pequena, com capacidade para lotes menores. "A nossa intenção é poder fabricar pequenos lotes de papel para atender os clientes de menor porte que esbarravam na questão da quantidade mínima", conta Giordani. Nos próximos dois anos, os

projetos de investimentos somam US\$ 4 milhões, basicamente em atualização tecnológica.

Em 1998 a Indústria de Papel de Salto produziu 15 mil toneladas de papel. Para este ano, espera-se uma produção de 16 mil toneladas. Deste total, mil toneladas são vendidas no mercado externo, basicamente para o Mercosul, com foco na Argentina. "Todo o papel moeda argentino é feito com papel fabricado em Salto há 15 anos", conta.

O mercado externo ainda não é uma prioridade para a empresa. Gradativamente, com o objetivo de



Além de fornecer papel para a Casa da Moeda brasileira (foto maior), a empresa atende a Argentina, neste segmento, há 15 anos, e faz também selos de segurança.



Show room de papéis especiais coloridos.

preencher a capacidade de produção (19 mil toneladas), Salto vem aumentando seu leque de exportação, tanto que está tentando vender para o mercado chileno. “Aos poucos, queremos fazer de Salto um pólo fornecedor de papéis de segurança, coloridos e industriais para toda a América do Sul”, revela.

No curto prazo, Giordani conta que uma das metas da empresa é manter os clientes com produtos adequados à suas necessidades, “o que nem sempre é muito fácil, pois muitos estão preocupados com custos”, completa. Em seguida, a empresa espera completar o processo de atualização tecnológica da fábrica e, no longo prazo, consolidar sua posição de maior fornecedor de papéis de segurança na América do Sul.

Um pouco de história

A Papel de Salto foi fundada em 1989 (na época chamava-se Brasital), quando recebeu a primeira máquina de papel a entrar no país, que está em funcionamento até hoje. Em 1966, a empresa foi adquirida pela Papel Simão. Dez anos depois, a Simão se associou ao grupo Arjo Wiggins, de origem européia, especializada na fabricação de papel moeda. O objetivo era atender a uma demanda do Banco Central do Brasil que na época estava à procura de um fornecedor local de papel moeda, já que a totalidade do papel para imprimir as cédulas brasileiras era impor-

tado da Europa. Três dos maiores grupos fabricantes de papel, a Suzano, Klabin e Simão, se associaram a fabricantes europeus que detinham a tecnologia de produção do papel moeda para responder à solicitação do BC. A proposta vencedora foi a da Simão que, juntamente com a Arjo Wiggins, vendeu, em 1977, a primeira resma de papel 100% nacional para a Casa da Moeda.

Em 1988, Salto foi também o primeiro fabricante nacional a lançar uma gama completa de papéis coloridos, quando os usuários procuravam por papéis cada vez mais brancos e brilhantes. “Assumimos o desafio de pegar o caminho contrário, lançando uma gama de papéis com cores fortes e vivas, que tiveram sucesso no mercado”, lembra Giordani. Na época, a empresa chegou a enfrentar dificuldades para convencer os distribuidores a apostar nesse segmento, atualmente tão importante quanto o de papéis de segurança em termos de volume e rentabilidade. Essa linha de produtos da empresa, usada basicamente para cartões de visita, pastas, cartões etc., é fabricada em diversas gramaturas e possui atualmente mais de 200 referências de cores, padronagens e formatos.

Em 1991, a Papel Simão foi vendida para a VCP. Atualmente o grupo detém 51% das ações da empresa e a Arjo Wiggins tem 49% da participação acionária.

Papel de Salto

Localização

Salto, a 90 km de São Paulo

Funcionários 300

Capacidade instalada

19 mil toneladas/ano

TIPOS DE PAPÉIS

Papéis de segurança

6 mil toneladas / ano

Papéis de imprimir e escrever finos

5 mil toneladas

Papéis industriais

4 mil toneladas / ano

Papéis de uso medical

1 mil tonelada / ano

TOTAL

16 mil toneladas

Faturamento

US\$ 60 milhões

Venda de papelão ondulado surpreende

As vendas de papelão ondulado registraram uma evolução da ordem de 2,95% nas vendas, segundo estatísticas relativas ao primeiro semestre do ano, levantadas pela ABPO – Associação Brasileira do Papelão Ondulado. “Esse resultado contrapõe-se à projeção inicial de expansão negativa da economia, principalmente no primeiro semestre, e nos leva a prever um segundo semestre ainda melhor”, analisa Paulo Sérgio Peres, presidente da ABPO. Ele assinala que o ano já mostrou uma expedição média mensal da ordem de 135,2 mil toneladas, superando as médias alcançadas em 1998 (134,6 mil t) e 1997 (132,4 mil t).

Os sintomas de crescimento tiveram forte impulso já no último mês de maio, quando a expedição evoluiu para o maior índice anual, confirmando-se a progressão ao alcançar 142,9 mil toneladas em junho, o que representou aumento de 8,5% em relação a junho de 1998. Os números são altamente positivos, apesar da forte pressão de custos que continua a nos intranquilizar”, aduz Peres.



Paulo Sérgio Peres,
presidente da ABPO

Cenibra mecaniza sistema de colheita

A Cenibra acaba de investir US\$ 6 milhões na compra de máquinas importadas de um dos maiores fabricantes de equipamentos florestais, a Timberjack, da Finlândia, com fábricas na Suécia, Finlândia, Estados Unidos e Canadá. Com a mecanização do sistema de colheita, a Cenibra ganha mais produtividade, já que as 22 máquinas importadas vão realizar etapas que vão do corte dos eucaliptos ao empilhamento da madeira para o transporte até a fábrica, uma das principais etapas de produção da celulose,



Cenibra mecaniza colheita com máquinas importadas da Finlândia que realizam tarefas desde o corte das árvores ao empilhamento da madeira.

Curso para executivos debate casos reais

O ISE - Instituto Superior da Empresa - abre as inscrições para o Programa de Desenvolvimento de Executivos - 4ª edição - que acontece durante 18 semanas, de 12 de agosto a 10 de dezembro, todas às quintas-feiras, das 12h30 às 18h45 e sextas-feiras, das 8h15 às 12h15. Direcionado a executivos responsáveis pelas diversas áreas funcionais da empresa, como produção, finanças e comercial, o PDE será ministrado por importantes profissionais, com ampla visão internacional. Conferências e *workshops* complementam o programa.

No PDE o participante, junto a um grupo seletivo, discutirá cerca de 90 casos reais. Trata-se de um método efetivo em desenvolver as capacidades para enfrentar e resolver problemas complexos e não estruturados. Serão abordados temas empresariais, como: Estratégia Empresarial, Operações e Tecnologia, Marketing, Finanças, Controle, Comportamento Humano nas Organizações e Empresa, Ética e Economia.

“O executivo que participa do programa terá potencializada e ampliada sua capacidade de análise e decisão, com reflexos no desempenho de suas funções atuais e capacitação para desafios de maior abrangência empresarial”, explica o Diretor Geral e Professor Titular de Gerência Geral do ISE, Dr. Paulo Roberto Ferreira. **Mais informações pelo telefone.: (011) 284-8577 / Fax: 283-3808 ou E-mail: ise@ise.org.br / Site: www.ise.org.br.**



Dr. Paulo Roberto Ferreira, Diretor Geral e Professor Titular de Gerência Geral do ISE.

Embalagens que valorizam presentes



Linha especial de embalagens da Cromus, em formato saco, que valorizam o presente.

Especializada no desenvolvimento de produtos destinados especificamente a valorizar presentes, a Cromus Embalagens criou uma linha especial direcionada a datas especiais em que se trocam presentes, como aniversários, bodas e outras datas especiais. O grande diferencial, além de seu padrão especialmente desenhado, é o seu formato saco, conferindo praticidade, enriquecendo e valorizando o presente.

Papelão ondulado com opções de cores

Sempre à frente das inovações tecnológicas e tendências do mercado, a Paraibuna Embalagens está lançando uma nova linha de papel e papelão ondulado: Top Color.

O produto está disponível em variadas cores com o objetivo de tornar o produto top. Junto às cores de impressão, a embalagem ganha um forte apelo visual, proporcionando aos produtos diferenciação no ponto de venda.

A empresa também iniciou este ano a produção de calços industriais em polpa moldada. Visando atender às necessidades de seus clientes e do mercado global, o novo produto é uma alternativa ecológica aos antigos calços de isopor. Composto de fibra de celulose reciclada, biodegradável e reciclável, os calços não oferecem qualquer risco ao meio ambiente, atendendo assim às normas mundiais de legislação ambiental ISO-14000.

É mais que ISO. É Crivo.

Não é nada fácil passar pelo crivo da Votorantim Celulose e Papel. O fornecedor tem de mostrar a qualidade de seu atendimento, iniciativa, agilidade e sua capacidade de superar problemas.

Para colocar à prova tudo isso a VCP tem o Projeto Aliança, que acompanha e analisa o desempenho e o comprometimento de seus fornecedores durante o ano inteiro.

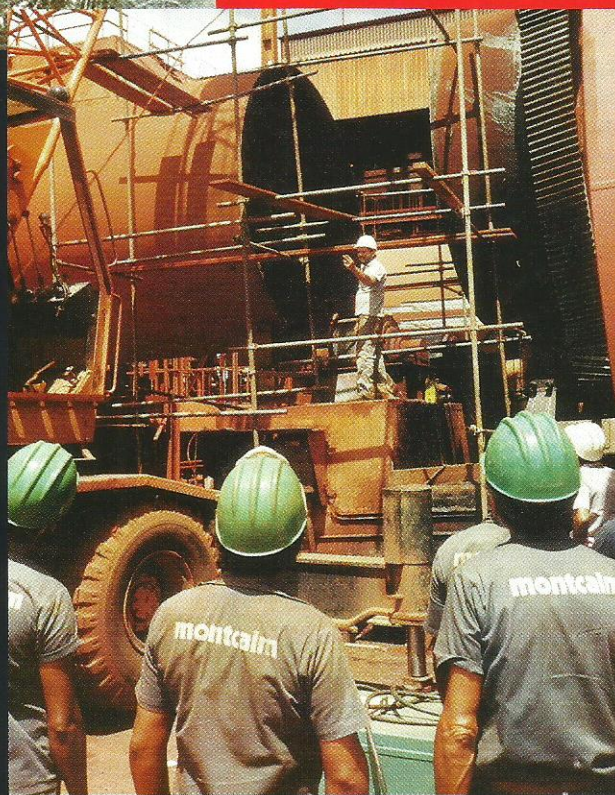
Bem, você já percebeu por que a Montcalm, uma das maiores empresas do setor de montagens industriais do país, está aqui neste anúncio.

Ela foi um dos fornecedores homenageados pelo Projeto Aliança – edição 98 – da Votorantim Celulose e Papel. Exatamente por todas as qualidades que você viu descritas acima.

É um grande orgulho para a Montcalm, uma empresa que investe continuamente na formação profissional de seus funcionários e no aprimoramento da qualidade de seus serviços.

E segue exigentes padrões de segurança no trabalho e de respeito ao meio ambiente.

A Montcalm sabe que uma homenagem como essa não traz facilidades. Traz mais responsabilidades. Mesmo assim, ela está contente em saber que não é só em Hollywood que se ganha prêmio por ajudar alguém a fazer um bom papel.



montcalm
MONTAGENS INDUSTRIAIS

Rua Prof. Aprígio Gonzaga, 78 - Jabaquara
CEP 04303-000 - São Paulo - SP - Brasil
Fone: (011) 5585-6000 Fax: (011) 275-3698
E-mail: montagens@montcalm.com.br

Um Lugar ao Sol

“A indústria brasileira está submetida aos mesmos custos ambientais da indústria americana – ou até maiores – e seu mercado interno não é protegido por barreiras não-tarifárias, ao contrário do que pensam os interesses americanos”.

Mário Hígino N.M. Leonel(*)

A conquista de novos mercados, como também a defesa daqueles em que já estamos presentes, é tarefa dura e complexa, que exige inteligência, objetivos bem focalizados, estratégia definida e táticas eficazes. Porque é uma guerra. Nem sempre declarada, mas sempre guerra.

Um exemplo bem evidente de tudo isso é a ação preventiva que teve início no ano passado, em um país de primeiro mundo, cuja retórica é sempre em favor da liberalização comercial – ou *trade liberalization*. Por trás da retórica, porém, nos bastidores, esse país, com justa razão, defende acirradamente seu mercado, sua indústria e os empregos de seus cidadãos.

Em outubro último, dois senadores americanos, membros da Comissão de Finanças da Câmara Alta dos EUA – municiados por nossos amigos, colegas e concorrentes da AF&PA-American Forest & Paper Association – solicitaram à ITC-International Trade Commission do governo daquele país uma ampla investigação dos benefícios concedidos por “todos os países do planeta” a suas indústrias de produtos florestais.

À primeira vista essa investigação visava apenas conhecer as vantagens e subsídios concedidos pelos governos nacionais a seus usuários de madeira como matéria-prima industrial. A verdade, porém, revelou-se quando várias pessoas convidadas pela ITC deram seus depoimentos, tornando claro que o alvo dessa investigação aparentemente geral eram países determinados, o Brasil entre eles. Ou seja, a investigação era geral, mas o objetivo era específico.

O mais espantoso é que, em seus depoimentos, os representantes da AF&PA, que fizeram queixas contra diversos países, surpreendentemente afirmaram que o governo brasileiro concede aos fabricantes de produtos florestais vantagens que absolutamente não existem.

Por exemplo, um desses representantes da AF&PA declarou em seu depoimento que o Brasil impõe barreiras não-tarifárias às importações de celulose e papel. Isso apesar dos di-



rigentes da associação americana – que estiveram conosco aqui em São Paulo em Abril último, no International Forum of the Forest and Paper Associations e na 40a. reunião do Advisory Committee on Paper and Wood Products da FAO/ONU – saberem muito bem que isso não é verdade.

A evidente intenção dessa manobra – que é praxe da estratégia de certos grupos de interesse – é informar “convenientemente” seus governos, induzindo-os a se colocarem contra produtos habitualmente importados por seus países, criando condições para futura imposição de barreiras comerciais.

Eliminando-se as falsidades, este episódio é uma boa indicação de como os nossos setores organizados deveriam agir junto ao nosso governo – Executivo e Congresso – a fim de que estejamos preparados para agir de maneira dinâmica, rápida e forte, sempre que haja qualquer perspectiva de ameaça aos legítimos interesses do País, da economia nacional e do nosso nível de emprego.

Para assegurar que futuramente não se venha a justificar qualquer barreira às exportações de papel e celulose brasileiros para os EUA – como acontece há anos com o nosso aço – a Bracelpa, agindo de maneira legal, ética e cumprindo todos os prazos, apresentou à ITC, em Washington, a descrição da realidade, que é a inexistência de qualquer subsídio, artifício ou outro expediente que possa favorecer nossos produtores.

Explicamos, por exemplo, que nem o custo da produção de celulose nem o de mão-de-obra no Brasil são tão baixos como sugeriu outro representante da AF&PA. E demonstramos que os investimentos sociais das empresas precisam ser acrescentados ao custo de mão-de-obra.

Mostramos ainda que a proteção ambiental aumenta ainda mais o custo total dos investimentos e que alguns importadores europeus exigem a auditoria ambiental internacional dos exportadores de celulose.

Outro aspecto que deixamos claro em nossa defesa foi o custo de capital no Brasil, que é elevado e não muito dispo-

nível, levando a maioria dos produtores a buscar financiamentos no exterior – inclusive junto à IFC-International Finance Corporation, para evitar os juros muito elevados.

Na conclusão da apresentação da Bracelpa, afirmamos: “A indústria brasileira de produtos florestais é moderna e eficiente, mas não tão grande nem beneficiada por vantagens injustas como foi sugerido por produtores dos EUA. A indústria brasileira está submetida aos mesmos custos ambientais da indústria americana – ou até maiores – e seu mercado interno não é protegido por barreiras não-tarifárias, ao contrário do que pensam os interesses americanos”.

Ações como a que agora foi adotada pelos produtores dos EUA – que demonstram mais uma vez ao Brasil como se luta por um lugar ao sol no mundo da competição global – poderão vir a ser adotadas pela CAMEX, conforme várias sugestões apresentadas aos ministros que a integram por Boris Tabacof, presidente da Bracelpa e gerente setorial daquela Câmara.

Iniciativas assim poderiam vir a constituir importante ingrediente para uma política industrial, de que o Brasil tanto necessita. Ainda que, em todos os fóruns, nós agíssemos como os americanos, que continuam afirmando que os EUA não têm uma política industrial.

* Mário Hígino N. M. Leonel é diretor executivo da Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel.

Se cada um colhe o que plantou, a Klabin tem pelo menos mais cem anos pela frente.



A Klabin foi criada em 1899 pelas famílias Klabin e Lafer. Quatro anos depois já produzia papéis a partir de celulose importada e de aparas de papel. De lá para cá a Klabin cresceu bastante. Cresceu também a preocupação com o meio ambiente e com o desenvolvimento auto-sustentável. Cem anos depois, a Klabin tem orgulho de ser uma empresa reconhecida internacionalmente pelos altos padrões de conservação ambiental e sustentabilidade socioeconômica, e por ser uma empresa comprometida com o futuro e a qualidade de vida das próximas gerações.



Indústrias **Klabin** Papel e Celulose
100 anos em 1999

**Por trás de uma boa impressão,
sempre tem um bom papel. Por trás de um bom papel,
sempre tem a tecnologia Voith Sulzer.**



A Voith Sulzer é uma empresa reconhecida mundialmente porque fornece a tecnologia utilizada por grande parte dos fabricantes de papéis em todo o mundo. Uma tecnologia que proporciona a melhor relação custo/benefício do mercado mundial e que hoje é responsável direta por mais de 1/3 de toda sua produção. Na hora de escolher as máquinas e equipamentos ideais para sua empresa, escolha a tecnologia que está causando a melhor impressão no mundo: a tecnologia Voith Sulzer.

Voith S. A. Máquinas e Equipamentos
Rua Friedrich von Voith, 825
02995-000 São Paulo SP
Tel.(011) 840-4869 Fax (011) 840-4841

VOITH SULZER
P A P E R T E C H N O L O G Y