

ANO XV - Nº 66 - 1999

ISSN 01025279

ENTREVISTA
Mauro A. Cerchiarri

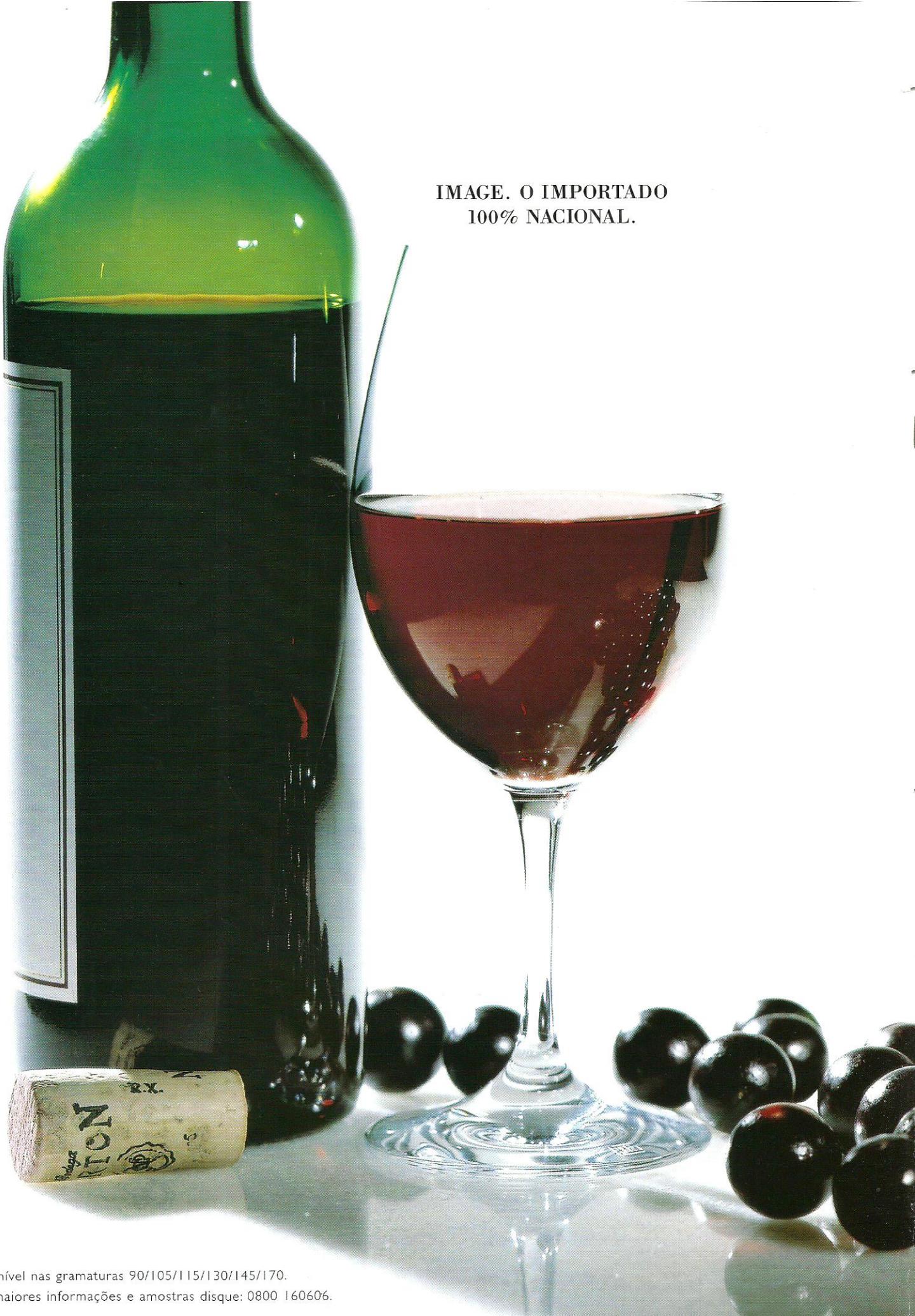
CELULOSE & PAPEL



MADE IN BRAZIL

**Setor começa
um novo ciclo
de crescimento**

IMAGE. O IMPORTADO
100% NACIONAL.



Disponível nas gramaturas 90/105/115/130/145/170.
Para maiores informações e amostras disque: 0800 160606.

Image é o novo papel couché fabricado pela Ripasa. Ele tem cara de importado, característica de importado, mas é 100% brasileiro. O papel couché Image tem alto brilho e amplo range de gramaturas. Coisa que muito nacional ainda não tem. Como a Ripasa conseguiu um couché assim? Utilizando a mais alta tecnologia em revestimento de papel. O resultado é brilhante! Assim como seu padrão de brancura que se destaca no mercado. Por isso prove você também Image. A sua nova opção em couché 100% nacional.


O couché da Ripasa

Naturalmente Brasileiro.

www.ripasa.com



Jaboticaba. Naturalmente brasileira.

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 Cecília da Silva

Fotos
Alex Silva

Revisão
Tânia Teófilo

Arte e Editoração
Ricardo Nabarrete

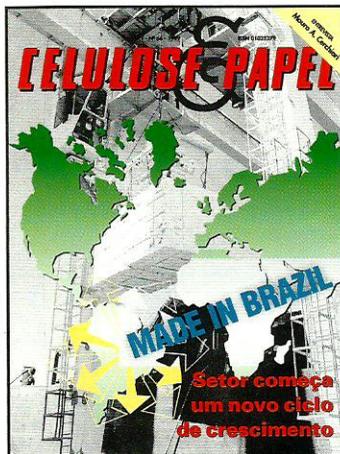
Publicidade
José Cruz Filho

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

UM NOVO MARCO PARA O SETOR

O segmento de celulose e papel comemora os bons resultados de 99 e celebra a chegada de um novo Milênio, com esperanças e novidades positivas para o mercado.

6

SUPRIMENTOS

O otimismo dos principais fornecedores do setor é unânime quanto a recuperação dos preços no mercado internacional, o que incentiva a corrida pelas principais tecnologias mundiais.

14

GENTE

Mauro Antonio Cherchiari, vice-presidente de Vendas da Inpacel, do grupo Champion, nas horas vagas, fora da vida agitada da companhia, gosta de caminhar, observar a natureza, ouvir músicas que tranquilizam o espírito e curtir a família.

19

HERCULES

Depois de adquirir a BeatzDearborn, a Hercules Incorporated tornou-se líder no segmento de celulose e papel, que corresponde 28% das vendas da empresa, e quer expandir cada vez mais seus negócios no Brasil.

28

E MAIS

Empresa

23

Congresso

26

Relações de Trabalho

30

Noticiário

32

Opinião

34

O Fim do Túnel?

*Boris Tabacof**



Quem analisa nossa conjuntura observa claras indicações de que a indústria brasileira de celulose e papel atravessa um momento em que tem tudo a seu favor para iniciar um novo ciclo de investimento e desenvolvimento.

Não é sem tempo. Gravemente penalizada nos últimos cinco anos, pela depressão dos níveis internacionais de preços, devida ao desequilíbrio entre o crescimento da capacidade produtiva e o aumento mais lento do consumo mundial, o setor no Brasil viu esse quadro já negativo que atravessava assumir contornos ainda mais desanimadores.

Escassez de recursos, taxas estratosféricas de juros e uma política cambial que mantinha o real sobrevalorizado em relação ao dólar – todos esses fatores se conjugaram, no ano passado, para prejudicar ainda mais intensamente nossa indústria, tanto no mercado interno quanto no exterior.

A partir do primeiro trimestre desse ano ocorreu a flexibilização do câmbio, adotada pelo governo logo no início de 1999. Foi como se retirasse a tampa de uma panela de pressão, descomprimindo o ambiente negocial do setor – e, de resto, de toda a indústria nacional – devolvendo-lhe a capacidade de competir.

Ressalte-se, entre parênteses, que essa capacidade de competir é tradicional apanágio do setor, que há décadas enfrenta de igual para igual, quando não em posição de superioridade, nossos poderosíssimos concorrentes internacionais. Em todos os campos – tecnológico, industrial, florestal, gerencial – a indústria brasileira de celulose e papel se sai galhardamente do embate no mercado mundial.

O que não temos possibilidade de en-

frentar é a ausência de recursos financeiros para viabilizar o crescimento de nossas operações e para nossa indispensável expansão. O que nos asfixia é uma taxa de juros que torna impossível recorreremos a financiamentos acessíveis de que nossos concorrentes se beneficiam. O que nos tira o chão de sob os pés é um sistema tributário não-isonômico, que nos impede de ampliar mercados externos e de atrair os consumidores brasileiros para nossos produtos.

Fecham-se agora os parênteses com o que parece ser o encerramento dessa fase cinzenta, neste final de 1999. Após a flexibilização do câmbio – que melhorou nossas perspectivas no exterior e no mercado interno – os juros entraram em processo de redução, que continua ocorrendo. A elevação dos preços internacionais também pode favorecer o Brasil, cuja agroindústria de celulose e papel corresponde a uma evidente vocação natural, conjugando sua vanguarda tecnológica às vantagens naturais proporcionadas pela extensão geográfica, pelo nosso clima e pela nossa terra.

Resultado de tudo isso, nossas empresas estão ganhando condição de reavaliar projetos que se encontravam congelados. Expansões há anos idealizadas voltam a ser ativamente cogitadas. E as previsões internacionais indicam que esse quadro favo-

rável deverá persistir e se acentuar nos próximos anos.

A nós cabe agora fazermos corretamente nossa lição de casa. Ao esforço que as empresas já estão desenvolvendo, para recuperar seus níveis de produtividade e resultados, é essencial que se some o apoio do governo, única fonte possível, no

Brasil, de recursos para investimento em volume suficiente e a custo acessível.

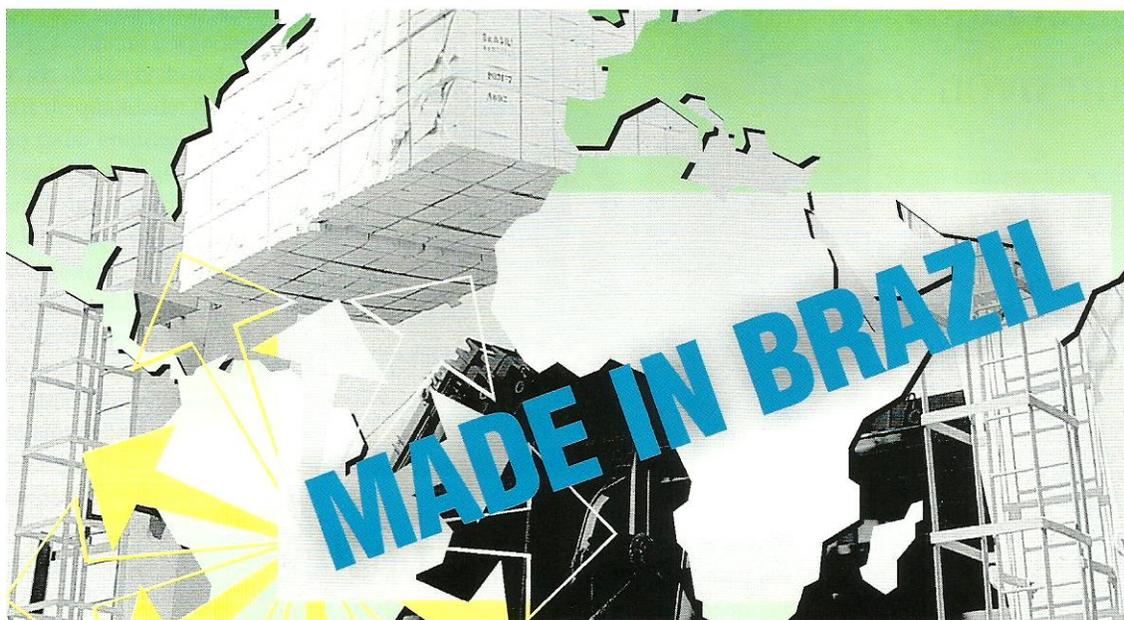
Nossa indústria precisa também ampliar urgentemente sua base florestal. É o próprio BNDES o primeiro a reconhecer que, caso isso não seja feito rapidamente, o Brasil logo verá frustrada a evolução que lhe custou décadas, voltando a ser importador líquido, depois de ter conseguido colocar-se entre os primeiros produtores mundiais.

Estamos confiantes. Temos à frente do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Internacional, na pessoa de Alcides Tápias, um notável profissional. Temos na CAMEX e no BNDES estruturas e pessoas dedicadas, focalizadas e, tudo indica, empenhadas em ampliar a presença brasileira no cenário internacional e em municiar nossa indústria para viabilizar esse crescimento.

Limitações e dificuldades há, muitas e muito sérias. Mas a conjugação de esforço e talento é imbatível. Contamos com essa sinergia, no setor privado e no governo, para que o Brasil possa alimentar com investimento o novo ciclo de progresso que se inicia – e chegar ao fim do longo e deprimente túnel que obscurecia as perspectivas de nossa indústria.

Boris Tabacof é presidente da BRACELPA - Associação Brasileira de Celulose e Papel.

Setor começa a viver um novo ciclo de crescimento



A persistirem, durante o próximo ano, os mesmos agentes em recuperação, ampliando o giro da roda da economia sustentada no eixo de um aumento do PIB mundial da ordem de 3,5%, a senda percorrida pelo segmento de celulose e papel no Brasil estará sendo devidamente pavimentada para a retomada dos investimentos num clima de expansão que o setor não vê desde o início da década. Será uma virada de século extremamente saudável corroando um final de década de franca recuperação de preços e de resultados positivos nos balanços que se mostravam pífios em tempos de recessão. O setor de celulose e papel, graças à retomada do crescimento mundial puxado pela vigorosa economia norte-americana; atividade fortemente aquecida na Ásia e recuperação econômica, lenta mas progressiva na Europa, caminha para um novo e seguro período de ampliação. Não há nenhum novo empreendimento conhecido de proporções para ampliar a oferta no horizonte desses dois próximos

Produção Brasileira de Pastas Celulósicas - 1998/1999

	Em 1.000 toneladas		Cresc. % 1999/98
	1998	1999 *	
Pasta de Alto Rendimento	456	439	(3,7)
Celulose	6.231	6.617	6,2
- Fibra Longa	1.247	1.360	9,1
- Fibra Curta	4.984	5.257	5,5
TOTAL	6.687	7.056	5,5

* Estimativa

Produção Brasileira de Papel - 1998/1999

	Em 1.000 toneladas		Cresc. % 1999/98
	1998	1999 *	
Imprensa	273	241	(11,7)
Imprimir e Escrever	1.958	2.062	5,3
Embalagem	2.949	3.143	6,6
Cartões e Cartolinas	683	683	-
Sanitários	574	571	(0,5)
Outros	152	160	5,3
TOTAL	6.589	6.860	4,1

* Estimativa

anos. As megaunidades anunciadas com estardalhaço na Indonésia, com risco de desequilibrar o mercado, foram postergadas desde a crise asiática e a região, incluindo a gigante emergente China, de potencial exportadora, acabou engrossando ainda mais o caudal dos importadores de celulose e papel. Fábricas obsoletas fecharam por falta de competitividade e outras por exigências ambientais, reduzindo a oferta de celulose. Especialistas da Organização Mundial do Comércio asseguram que a um crescimento do PIB mundial de 3,5% que corresponde, seguramente, a um aumento de 7% no volume do comércio mundial, fato que engrossa ainda mais o número de atores do teatro da economia global para o último ano do milênio.

Na esteira desse novo cenário, este ano termina com indicadores positivos da indústria de celulose e papel que ficou positivamente na contramão do resultado geral negativo do produto industrial do país medido pelo IBGE. O setor ampliou o ingresso de divisas superando, pela primeira vez, a marca dos US\$ 2 bilhões em exportação. Foram exatamente US\$ 2,30 bilhões de vendas externas – mais 13,8% — contra importações de US\$ 797 milhões – menos 24,7% — gerando um *superávit* setorial de US\$1, 50 bilhão. Contraditoriamente, o consumo doméstico *per capita*, apesar das vendas crescerem nas áreas de celulose (2,9%) e de papel (3,4%), teve o impacto da menor importação (menos 24,7%) e regrediu de 1,8%, — aumento populacional de 1,2% — ficando em 38,1 kg. por habitante. As exportações de celulose, mostrando mais rápida recuperação de preços no mercado internacional, geraram receitas 26,2% maiores (US\$1,324 bilhão) para volumes que cresceram de 15,8% (3,249 milhões de t.), enquanto as de papel, com recuperação naturalmente posterior e mais lenta, tiveram decréscimo de apenas 0,2% nas receitas (US\$ 928 milhões) para volumes 11,6% maiores (1,358 milhões de t.). A recuperação dos preços no mercado externo indica que os valores, em 2.000, deverão crescer mais que

Consumo Aparente de Papel - 1998/1999

	Em 1.000 toneladas		Cresc. % 1999/98
	1998	1999 *	
Produção	6.589	6.860	4,1
Importação	904	743	(17,8)
Exportação	1.217	1.358	11,6
Consumo Aparente	6.276	6.245	(0,5)
Consumo Per Capita	38,8	38,1	(1,8)

* Estimativa

Balança Comercial do Setor

	Em US\$ milhões	
	1998	1999 *
Exportação	1979	2252
Importação	1059	797
Saldo	920	1455

* Estimativa

Principais Indicadores de Desempenho do Setor em 1999

	Em 1.000 t			% 99/98
	1997	1998	1999 ^(e)	
Faturamento - US\$ milhões	7.095	6.756	5.706	(15,5)
Celulose + Pastas				
. Produção	6.331	6.687	7.056	5,5
. Vendas Domésticas ¹	4.049	4.020	4.137	2,9
. Exportação (Cap. 47)	2.503	2.806	3.249	15,8
US\$ Milhões	1.023	1.049	1.324	26,2
. Importação	318	349	383	9,7
US\$ Milhões	159	176	182	3,4
Papel				
. Produção	6.518	6.589	6.860	4,1
. Vendas Domésticas ¹	5.194	5.427	5.611	3,4
. Exportação	1.329	1.217	1.358	11,6
US\$ Milhões	966	930	928	(0,2)
. Importação	978	904	743	(17,8)
US\$ Milhões	903	883	615	(30,4)
Consumo Aparente de Papel				
. Global	6.167	6.276	6.245	(0,5)
. Per Capita - Kg/hab	38,6	38,8	38,1	(1,8)
. População	159.884	161.857	163.796	1,2
Balança Comercial - US\$ Milhões				
. Exportação	1.989	1.979	2.252	13,8
. Importação	1.062	1.059	797	(24,7)
. Superávit	927	920	1.455	58,2

¹ Inclui Consumo Próprio - * Estimativa

a quantidade de produtos a ser embarcada para o exterior.

O faturamento do setor, neste 1999, evidencia as dificuldades resultantes da pressão dos custos de insumos e do baixo preço de venda, ao ficar na casa dos US\$5 bilhões 706 milhões, um retrocesso de 15,5% sobre 1998 e expressivos 19,6% abaixo dos resultados de 1997.

PANORAMA SETORIAL

As florestas próprias somam 1,5 milhão de hectares no setor que, no conjunto, absorve diretamente 100 mil trabalhadores e recolhe ao redor de US\$1 bilhão em impostos, taxas e encargos sociais. Graças aos investimentos que duplicaram a produção, nos últimos anos, o Brasil saltou para o 7º lugar no ranking mundial dos produtores de celulose e 11º no de papel. Os produtos *world class* brasileiros são regularmente exportados para 50 (celulose) e 70 países (papel), principalmente para os Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, França, Itália, Japão e América Latina. Para expandir suas vendas ao exterior, considerando a meta do governo federal em execução via CAMEX, o segmento preconiza isonomia competitiva com os concorrentes internacionais, com redução de custos de investimentos e de produção, ampliação da base florestal e adoção de medidas de defesa comercial. O BNDES, em recente estudo, previu que para manter a atual situação no mercado mundial o setor precisa investir, até 2005, pelo menos mais US\$5,5 bilhões.

A produção de celulose fecha o ano com aumento de 5,5% sobre 1988 (6,9 milhões/t) e as de papel 4,1% maiores (5,6 milhões/t). As principais vantagens competitivas brasileiras residem na produtividade de matéria-prima – florestas plantadas utilizadas pelo setor com exclusividade. O Brasil desponta como um dos principais recicladores para a produção de papel: 34,8% da produção nacional em 99 (2,4 milhões/t), sendo 61% desse total para caixas de papelão ondulado. (AJG)

DESTINO DA PRODUÇÃO BRASILEIRA DE CELULOSE *	Em 1000 t		Variação % 99/98
	1998	1999 ^(e)	
VENDAS DOMÉSTICAS/CONSUMO PRÓPRIO			
Celulose	3.568	3.699	3,7
Fibra Longa	1.247	1.359	9,0
- Branqueada	96	83	(13,5)
- Não Branqueada	1.151	1.276	10,9
Fibra Curta	2.321	2.340	0,8
- Branqueada	2.115	2.140	1,2
- Não Branqueada	206	200	(2,9)
Pasta de Madeira	452	438	(3,1)
TOTAL	4.020	4.137	2,9
VENDAS EXTERNAS (Cap. 47)			
Celulose	2.701	3.150	16,6
Fibra Longa	5	-	-
- Branqueada	5	-	-
- Não Branqueada	-	-	-
Fibra Curta	2.696	3.150	16,8
- Branqueada	2.651	3.105	17,1
- Não Branqueada	45	45	-
Pasta de Madeira	1	1	-
Dissolução	103	96	(6,8)
Aparas	1	2	100,0
TOTAL	2.806	3.249	15,8

* Vendas Externas: BRACELPA/SECEX - ^(e) Estimativa

DESTINO DA PRODUÇÃO BRASILEIRA DE PAPEL	Em 1000 t		Variação % 99/98
	1998	1999 ^(e)	
VENDAS DOMÉSTICAS/CONSUMO PRÓPRIO			
Imprensa	254	212	(16,5)
Imprimir/Escrever	1.224	1.306	6,7
Embalagem	2.630	2.772	5,4
Cartões/Cartolinas	618	609	(1,5)
Sanitários	562	558	(0,7)
Especiais	139	154	10,8
Outros	-	-	-
TOTAL	5.427	5.611	3,4
VENDAS EXTERNAS			
Imprensa	16	14	(12,5)
Imprimir/Escrever	751	815	8,5
Embalagem	249	287	15,3
Cartões/Cartolinas	59	66	11,9
Sanitários	22	26	18,2
Especiais/Artefatos de Papéis	120	150	25,0
TOTAL	1.217	1.358	11,6

* Comércio Exterior: BRACELPA/SECEX - ^(e) Estimativa

PRODUÇÃO BRASILEIRA	
CELULOSE	
Fibra Longa	
- Branqueada	
- Não Branqueada	
Fibra Curta	
- Branqueada	
- Não Branqueada	
TOTAL	
PASTAS DE MADEIRA	
TOTAL (Celulose + PM)	
PAPEL	
Imprensa	
Imprimir/Escrever	
Embalagem	
Cartões/Cartolinas	
Sanitários	
Especiais	
TOTAL	
PAPEL - CONSUMO APARENTE	
Produção	
Importação *	
Exportação *	
Consumo Aparente Global	
Consumo Per Capita (Kg/hab)	

Em 1000 t		Variação % 99/98
1998	1999 ^(e)	
1.247	1.360	9,1
95	82	(13,7)
1.152	1.278	10,9
4.984	5.257	5,5
4.739	5.012	5,8
245	245	-
6.231	6.617	6,2
456	439	(3,7)
6.687	7.056	5,5

273	241	(11,7)
1.958	2.062	5,3
2.949	3.143	6,6
683	683	-
574	571	(0,5)
152	160	5,3
6.589	6.860	4,1

6.589	6.860	4,1
904	743	(17,8)
1.217	1.358	11,6
6.276	6.245	(0,5)
38,8	38,1	(1,8)

* Fonte: BRACELPA/SECEX - ^(e) Estimativa

BALANÇA COMERCIAL	POR
SEGMENTO	
Celulose + Pastas	
- Exportação	
- Importação	
- Saldo	
Papel	
- Exportação	
- Importação	
- Saldo	
Superávit	

Em US\$ Milhões		Variação % 99/98
1998	1999 ^(e)	
1.049	1.324	26,2
176	182	3,4
873	1.142	30,8
930	928	(0,2)
883	615	(30,4)
47	313	566,0
920	1.455	58,2

* Comércio Exterior: BRACELPA/SECEX - ^(e) Estimativa

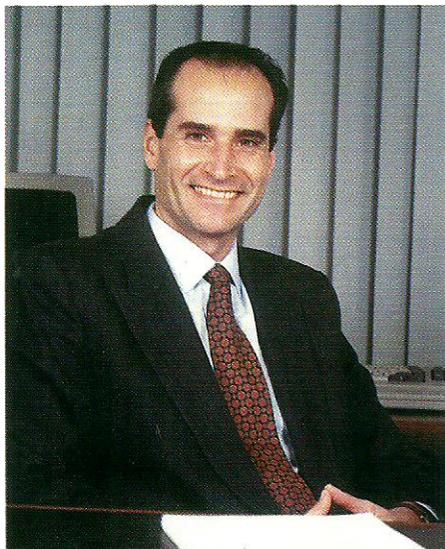
Oferta estável e demanda crescente

Com a desvalorização do real e a recuperação dos preços da celulose, o setor de papel e celulose virou o jogo a seu favor

Maroni J. Silva

Depois de passar por três anos amargando resultados negativos, devido ao excesso de oferta e preços em queda no mercado mundial, além da sobrevalorização do real em relação ao dólar, tornando as exportações pouco rentáveis, o setor de celulose e papel brasileiro virou o jogo em 1999. A mudança é representada pelos resultados positivos apurados até agora pelos principais segmentos do setor e o cenário otimista desenhado por empresários e analistas de mercado.

Pela avaliação de Raul Calfat, vice-presidente de Papel de Imprimir e Escrever, da Bracelpa, e diretor superintendente da Votorantim Celulose e Papel (VCP), o ano de 1999 foi marcado por mudanças significativas



Vice-Presidente de Papel de Imprimir e Escrever da Bracelpa, Raul Calfat:

"A mudança cambial favoreceu os fabricantes de papel e celulose em dois aspectos: estimulou as exportações e favoreceu a substituição de importações em alguns segmentos, principalmente papel couché, cuja importação se tornou bem mais cara"

no setor, tanto no mercado doméstico quanto em nível mundial. Em função da crise da Ásia, uma série de novos projetos foram cancelados, principalmente em celulose, provocando um certo desequilíbrio entre oferta e demanda no mundo inteiro. Atualmente - como a Ásia dá fortes sinais de recuperação, a economia norte-americana se mantém aquecida e a européia mantém o consumo elevado - criou-se uma situação favorável à recuperação dos preços, já que a oferta de celulose está estável e a demanda é crescente. O segmento de papel também foi beneficiado, mas em menor proporção, já que grande parte dos projetos de expansão no sudeste da Ásia estavam em estágio avançado e estão sendo concluídos, o que pressiona um pouco os preços.

No mercado interno, segundo Calfat, a mudança cambial favoreceu os fabricantes de papel e celulose em dois aspectos: estimulou as exportações e favoreceu a substituição de importações em alguns segmentos, principalmente papel couché, cuja importação se tornou bem mais cara. As importações caíram 45% até agosto deste ano, em comparação com o mesmo período do ano passado. Essa situação beneficiou muito às empresas brasileiras que, segundo Calfat, apostaram nesse mercado, ampliando a capacidade de produção.

O diretor-presidente da Aracruz e vice-presidente da Bracelpa para a área



Diretor-presidente da Aracruz e vice-presidente da Bracelpa para a área de celulose, Carlos Aguiar:

"A desvalorização do real foi favorável à celulose porque a receita das exportações é realizada em dólares e boa parte das despesas em reais".

de celulose, Carlos Aguiar, complementa Calfat dizendo que a desvalorização do real foi favorável à celulose porque a receita das exportações é realizada em dólares e boa parte das despesas em reais. Em sua opinião, devido ao aquecimento da demanda e à conseqüente redução de estoques mundiais, os preços estão sinalizando níveis mais elevados em 1999 e 2000. Aguiar acrescenta que o aumento da demanda foi provocado também pelo fechamentos de fábricas, em especial nos Estados Unidos, e não previsão de novas unidades para alimentar o mercado. A tendência, segundo ele, é os resultados em 1999 sejam melhores que nos últimos três anos devido à melhora nos preços, ao grande esforço desenvolvido para aumentar a produtividade e promover a redução de custos, além da desvalorização do real.

A substituição de importações referida por Calfat para o papel couché também beneficiou os segmentos de papel cartão e de embalagem. Ademar Magon, diretor-executivo e de relações com investidores, da Companhia Suzano, informa que as importações de papel cartão, que haviam aumentado sensivelmente de 1994 a 1996, vêm registrando sucessivas quedas desde 1997 e, mais fortemente este ano, depois da desvalorização cambial. Os importados já caíram 61% de 1998 a 1999.

A mesma tendência é verificada para as importações de produtos embalados, pois normalmente as empresas multinacionais fazem um pré-marketing com seus artigos de origem e posteriormente passam a embalá-los no país em que estão

sendo produzidos. Ítalo Trombini Filho, diretor-executivo da Trombini Papéis para embalagem, que consome 90% da produção de papel cartão, diz que o setor de embalagem deverá fechar 99 com crescimento positivo em torno de 3%, enquanto deverá ficar próximo dos resultados alcançados no ano passado, devido ao franco desempenho ocorrido antes da mudança cambial, quando sofria concorrência dos importados.

O segmento de sanitários, cujo mercado é praticamente doméstico, terá em 99 o mesmo desempenho de 1998, ou seja, deve crescer menos de 1%, segundo previsões de Ruy Haidar, presidente da Fá-



*Diretor-executivo da Trombini Papéis,
Ítalo Trombini Filho:*

"O setor de embalagens deverá fechar 99 com um crescimento positivo em torno de 3%".

brica de Papel Santa Therezinha (Santher), e vice-presidente da Bracelpa. Ele explica que além de dispor da capacidade ociosa, o setor sofreu forte impacto com o aumento da matéria-prima, como

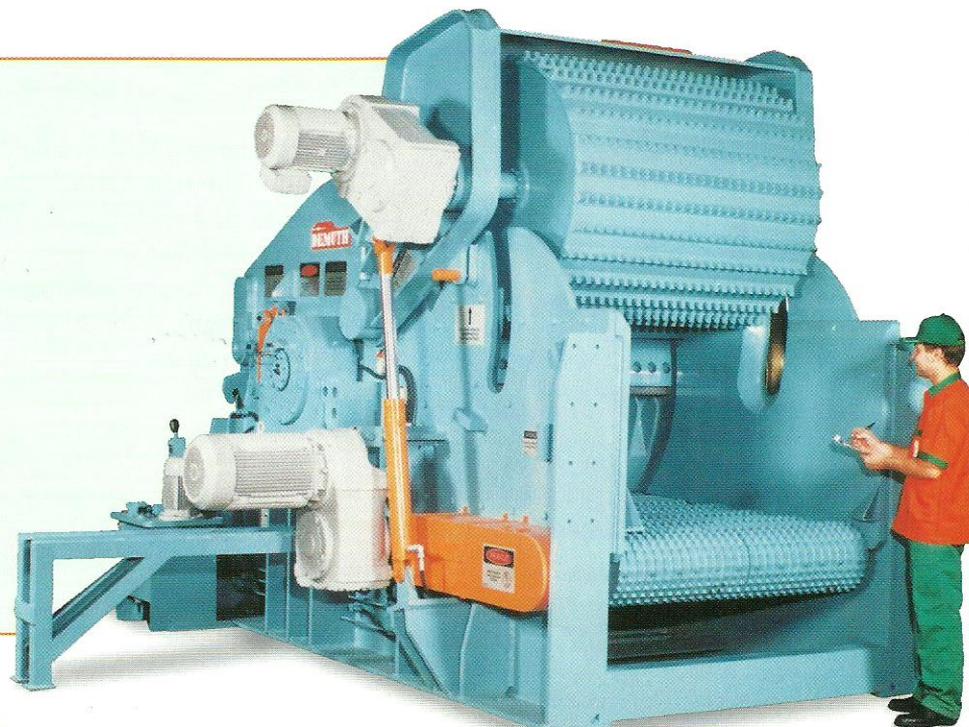
DPC - PICADOR DE CASCAS

Especial para processamento de cascas fibrosas, toretes, lascas e lâminas de madeira;

Absorve grandes volumes irregulares de material, com alta eficiência e produtividade;

Máquina robusta e de grande durabilidade;

Sem similar no mercado.



DEMUTH

Máquinas e Facas Industriais

Rua dos Eucaliptos, 100 - CEP 93.334 - 160 - Novo Hamburgo - RS - Brasil
Fone: 0 xx (51) 587.4011 - Fax: 0 xx (51) 587.3955 / 587.5382
www.demuth.com.br - E-mail: demuth@demuth.com.br

celulose e aparas, além dos materiais de embalagem.

O cenário traçado pelos empresários para 2000 é de continuidade e até de ampliação do processo de substituição de importações. No segmento de papel couché, os importados deverão permanecer apenas nos nichos onde não existe produção local. Nos papéis não revestidos, cujo consumo foi puxado em grande parte pelo *cut size*, a recuperação do consumo e dos preços deve continuar. A produção deve se manter praticamente estável, já que o Brasil tem excedente nessa área. A única novidade é um investimento de US\$ 25 milhões numa das máquinas da VCP, que deverá acrescentar 40 mil toneladas de papel para copiadoras no mercado, em 2000. Na área de celulose e papel, segundo Aguiar, com a recuperação da demanda e diante da ausência de novos projetos no curto prazo, deve haver um ligeiro desequilíbrio entre oferta e demanda no próximo ano, principalmente para a celulose de eucalipto, que é bastante procurada pelo mercado.

No caso específico da Aracruz, informa Aguiar, a empresa está estudando as possibilidades de crescimento nos próximos dois anos, seja

através de aquisições ou de ampliação de capacidade, sem deixar de cuidar de sua competitividade atual. No segmento de papéis, alguns mais dependentes da conjuntura doméstica, há muita cautela quando a projetos novos visando expandir a produção. Os empresários justificam que esse tipo de estratégia poderá prejudicar as empresas, causando um desequilíbrio entre oferta e demanda e com isso os preços voltam a cair.

De qualquer forma, investidores internacionais estão com os holofotes inclinados para o setor de celulose e papel, seguindo a bússola de analistas de mercado que avaliam, periodicamente, o desempenho das empresas. A corretora Merrill Lynch, informa que o o lucro operacional das principais empresas nacionais cresceu 228% e o lucro líquido, 89%, conforme resultados apurados no segundo trimestre de 1999. O levantamento baseou-se nos dados de balanço da Aracruz, Bahia Sul, Klabin, Ripasa, Companhia Suzano e Votorantim Celulose e Papel (VCP).

Não há como não apostar, segundo Thomas Mello Souza, analista de papel e celulose da Merrill Lynch, num setor, cujas ações das principais empresas tiveram uma valorização de 170%, em dólares, até o período analisado, enquanto o rendimento do mercado financeiro caiu 15%, e o Ibovespa, o índice mais negociado na Bolsa de Valores de São Paulo, a maior do país, subiu apenas 2%.

Mas a mudança de rumo do mercado não conseguiu resolver todos os problemas dos fabricantes de papel e celulose, segundo Rodrigo Perei-



Presidente da Fábrica Santher e vice-presidente da Bracelpa, Ruy Haidar: "O segmento de sanitários terá em 99 o mesmo desempenho de 1998, ou seja, deve crescer menos que 1%".

ra, analista do Banco Pactual, do Rio de Janeiro. Em sua opinião, há segmentos com desempenho muito fraco, por causa de ineficiências sistêmicas e falta de escala de produção. É nessa área, segundo ele, que pode haver uma injeção de capital estrangeiro por parte de investidores que acreditam nas potencialidades do mercado brasileiro. O alvo, até o momento, são os fabricantes de papel para embalagem. Os analistas consideram também que a discussão sobre fusão de algumas empresas deve ressurgir com mais força a partir do ano 2000.

Em relação ao Mercosul, as expectativas estão voltadas para a mudança de governo na Argentina e o que deve ocorrer na economia do país, que vive o seu pior momento econômico, segundo a avaliação de Michel Alaby, vice-presidente da Associação de Empresas Brasileiras para Integração no Mercosul (Adebim), o que ameaça a consolidação do bloco. O Brasil exporta cerca 800 mil toneladas de papel de imprimir e escrever, sendo que cerca de 61 mil toneladas são destinadas à Argentina, conforme acordo formalizado com aquele país. Esse número corresponde a algo em torno de um quinto das vendas externas, ou seja, menos de 8%. Trata-se de um volume não muito significativo.



Diretor-executivo e de relações com investidores da Companhia Suzano, Ademar Magon:

"Desde 1997, as importações de papel cartão vêm registrando sucessivas quedas, principalmente este ano depois da desvalorização cambial".

Quem disse que eucalipto não dá frutos?

Desenvolvimento. Este tem sido o principal fruto do trabalho que a Cenibra vem fazendo há 26 anos. Com investimentos constantes em modernização, a empresa vem garantindo padrões de excelência ao longo de todo o processo, minimizando ao máximo os impactos ambientais. Hoje, a celulose da Cenibra tem qualidade para atender aos padrões exigidos pelo mercado internacional, cada vez mais globalizado e competitivo. Com isso, a empresa gera mais de 7 mil empregos em seu processo produtivo, beneficiando 46 municípios mineiros e trazendo desenvolvimento social e econômico para toda a região. E este é o principal motivo para a gente comemorar.

Cenibra.
26 ANOS
plantando desenvolvimento.



CENIBRÁ

Celulose Nipo-Brasileira S.A.



Fornecedores apostam na recuperação de preços

Os principais fornecedores do setor de celulose e papel estão otimistas quanto a recuperação dos preços no mercado internacional e se apressam na atualização tecnológica.

Silvia Pimentel D'Alessio

Diante de uma conjuntura econômica mais favorável em que, como admitem os especialistas, o temporal já passou, o setor de papel e celulose já vislumbra um cenário mais estável e propício. A recuperação nos preços da celulose e do papel no mercado internacional, após um longo período de forte queda iniciado no final de 1995, vem sendo conseguida, principalmente, com a redução da oferta mundial de celulose e retorno dos pedidos de compras dos países asiáticos. Outro fator que também vem contribuindo para resultados mais favoráveis é o fechamento de fábricas consideradas obsoletas nos Estados Unidos e Europa.

Pelas projeções da Bracelpa (Associação Brasileira de Celulose e Papel) o valor das exportações brasileiras de celulose deverá aumentar 25% neste ano, alcançando US\$ 1,374 bilhão e o volume 22%, com a marca de 3,2 milhões de toneladas. Os números apurados no período de janeiro a maio deste ano confirmam o início da virada do jogo, quando os exportadores de celulose comemoraram um aumento de 6,5% no valor e de 19,7% no volume das exportações do produto, na comparação com o mesmo período de 98.

Graças a esses fatores positivos, são grandes as possibilidades de as empresas do setor voltarem a considerar seus projetos de investimentos, muitos dos quais adiados à espera de um quadro mais propício. Estudo realizado pelo BNDES aponta a necessidade de investimentos de cerca de US\$ 1,1 bilhão/ano, para que o setor mantenha sua posição de importante exportador de papel e celulose no mercado internacional. Na esteira da recuperação do segmento, estão as principais empresas fornecedoras de equipamentos e insumos, cujos negócios serão alavancados significativamente. Muitas delas já estão preparadas para esse novo e necessário ciclo de investimentos.

Beloit: foco na área de serviços e reformas de equipamentos

Para o diretor de Peças e Serviços da Beloit, Alfio Ferrari Filho, a recuperação dos preços de celulose e papel terão reflexos positivos no mercado de máquinas e equipamentos, no que se refere a investimentos em novas máquinas para produção de celulose e papel, acrescentando que a empresa já tem encomendas programadas de clientes na América Latina,

Fundada em 1978, a Beloit fornece, caixas de entrada, formadores, prensas seções de secagem, revestidoras, enroladeiras, rebobinadeiras, sistemas de destintamentos, sistemas de cozimento e de lavagem, além de máquinas e equipamentos, serviços e reformas.

envolvendo principalmente a linha de papéis para fins sanitários.

“As vendas para o setor até o final desse ano deverão se concentrar principalmente na área de serviços e reformas de equipamentos”, acredita Ferrari Filho.

Fundada em 1978, a Beloit fornece caixas de entrada, formadores, prensas seções de secagem, revestidoras, enroladeiras, rebobinadeiras, sistemas de destintamento, sistemas de cozimento e de lavagem, além de máquinas e equipamentos, serviços e reformas.

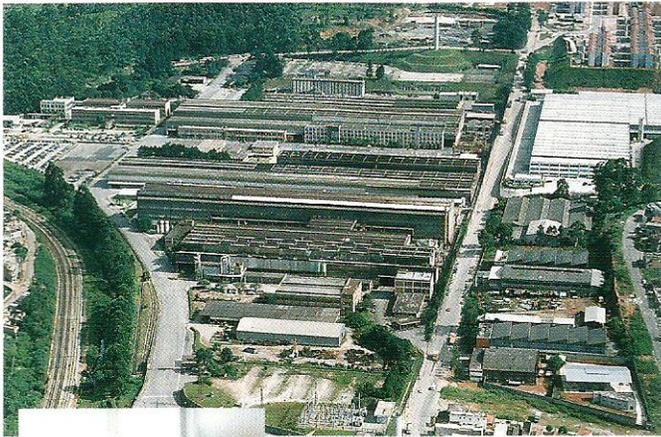
Sempre atenta ao desenvolvimento de novos produtos e serviços para atender o setor e com um programa contínuo de investimentos, há pouco mais de um ano, a empresa lançou o RDH de Cozimento, na área de celulose e Caixa de Entrada com Controle de Diluição, na área de papel.

Voith quer atender mercado emergente

“As perspectivas de vendas para o setor até o final do ano são boas e serão melhores ainda se houver alguma facilidade nos financiamentos de longo prazo, além de redução de impostos para aqueles que investem em produção”, acredita Nestor de Castro Neto, Diretor de Vendas de Máquinas de Papel Gráfico, de Embalagens e Desaguadores da Voith Sulzer Paper Technology.

Outra gigante fornecedora de máquinas e equipamentos para as maiores fábricas do setor de celulose e papel no Brasil, a Voith tem presença significativa no mercado brasileiro já que, estima-se, mais de 50% da produção do setor seja proveniente de suas máquinas. A divisão de Papel





A Voith recentemente lançou a Eco Tech – Tecnologia com economia, ou seja, máquinas com alta capacidade de produção que exigem baixo investimento por toneladas produzida.

no faturamento da empresa gira em torno de 66% no Brasil.

Castro Neto salienta que a Voith Sulzer São Paulo vem investindo desde o início desta década uma média de US\$ 7.500.000,00 por ano para modernizar maquinários, layout de fabricação, processos e treinamento de pessoal.

“Apesar da conjuntura internacional mostrar uma tendência de desaquecimento das economias, a empresa em todo o mundo está obtendo importantes pedidos para o fornecimento de máquinas de papel”, adianta o diretor da Voith.

Recentemente a empresa lançou Eco Tech – Tecnologia com economia, ou seja, máquinas com alta capacidade de produção que exigem baixo investimento por tonelada produzida. Trata-se de um novo conceito de máquinas para fabricação de papel, que tem por objetivo atender a um mercado emergente de máquinas de pequeno porte, porém, com altíssima capacidade de produção.

Clariant quer nivelar preços e custos

Não tão otimista, a Clariant, líder mundial de especialidades químicas com vendas superiores a US\$ 7 bilhões, traçou

como meta até o final do ano nivelar preços e custos. “A previsão para o segundo semestre não é promissora uma vez que a queda nos preços foi muito acentuada, além do fato do mercado ainda estar um pouco retraído”, acredita José Roberto Chahad, do departamento de Papel, acrescentando que

a empresa tem programado investimentos em suas fábricas no curto e médio prazo, visando melhorar sua produtividade e competitividade.

Fornecedora de branqueadores óticos, corantes, antiespumantes, biocidas, produtos para coating, pigmentos, entre outros, a empresa salienta que as encomendas programadas referem-se aos grandes fabricantes de papel que exportam com as vantagens cambiais.

Além do setor celulósico-papeleiro, que representa 7% do faturamento total, a empresa atende outros segmentos da indústria, como têxtil, couro, tintas gráficas, petroquímica, açúcar e álcool e mineração, entre outros.

Cadan prepara lançamento

Dentro da estimativa traçada no início do ano, a Cadan, subsidiária do Grupo Caemi Mineração e Metalurgia, sendo o maior produtor brasileiro de caulim e um dos principais *players* do setor no mercado mundial, espera vender cerca de 700 mil toneladas de caulim “Amazon” até o final de 1999 para os principais fabricantes mundiais de papéis e cartões revestidos, sendo 56% para Europa, 24% para o Japão, 10% para o Brasil e 8% para os países da Ásia. “Nos últimos 10 meses, a

O setor de papel e celulose da Cadan representa aproximadamente 98% do volume de vendas.

empresa cresceu a uma taxa de quase 10% ao ano, devido a crescente demanda do caulim “Amazon” no mercado europeu, asiático e sulamericano. Esperamos continuar crescendo até atingirmos a capacidade instalada de 1 milhão de toneladas anuais dentro de alguns anos”, espera o gerente de Serviços Técnicos da Cadan, Cazushigue Katsuragi.

Assim como aconteceu com o “Amazon Premium”, lançado recentemente no mercado, a Cadan está apostando no sucesso do “Amazon SB”, que se destaca por sua altíssima alvura e baixo índice de amareldez. Para tanto, a empresa estará investindo cerca de US\$ 2 milhões para a produção deste novo caulim, incluindo pesquisa, desenvolvimento, testes, aquisição e montagem de novos equipamentos.

Além do setor de papel e celulose, que representa aproximadamente 98% do volume de vendas, a Cadan atende outros segmentos, principalmente para as indústrias produtoras de catalisadores, que são utilizados no craqueamento de petróleo.

Albany espera crescimento de 5% a 10% em 1999

“As perspectivas de vendas até o final do ano sinalizam para um crescimento de 5% a 10% em relação ao ano anterior, graças a melhoria do segmento e ao maior valor fornecido aos clientes por empresas de tecnologia mundial com unidade de produção no Brasil, através da adequação desta tecnologia às necessidades do mercado brasileiro, além de uma assistência e logística que permitem maior agilidade e menor custo final para a produção de papel e celulo-





A Albany é a maior fornecedora de vestimentas do mundo com 35% do mercado mundial.



se”. Quem garante é Sérgio Carlos Maluf, da Albany International, acrescentando que, no Brasil, o reflexo da melhoria do setor é evidenciado pelo crescimento das vendas em todas as linhas de produto, destacando-se a consolidação da marca das linhas de telas formadoras e secadoras.

“A empresa está participando ativamente junto aos clientes nos investimentos do setor, que ainda são tímidos quando comparados ao potencial do país”, revela Maluf, para quem a Albany está preparada tecnologicamente e com capacidade produtiva para atender a demanda de crescimento sinalizada para os próximos anos, podendo ainda substituir a exportação para as co-irmãs para fornecer para o mercado doméstico. “Essa é a nossa prioridade”, ressalta.

Maior fornecedora de vestimentas do mundo com 35% do mercado mundial, e com participação ainda maior no Brasil, fornecendo telas plásticas e encolhíveis, telas formadoras, feltros para prensagem, telas secadoras, mantas para shoe-press e lonas corrugadoras, a Albany está no Brasil desde 1975, período suficiente para que o setor de papel e celulose representasse 75% do faturamento da empresa. Acreditando ser fundamental o crescimento em nível produtivo e tecnológico para garantir o contínuo desenvolvimento de alianças que possam dar o maior valor possível ao negócio de seus principais clientes, a Albany cresce mundialmente construindo plantas modernas em todos os continentes, além de fazer aquisições com vistas a maior sinergia com a empresa.

Peróxidos do Brasil vai investir US\$ 4,6 milhões

“A expectativa de que o segundo semestre pudesse apresentar um cenário de recuperação de economia e, por consequência, afetar positivamente o faturamento das empresas de papel e celulose ainda não se concretizou. Mesmo assim, estamos otimistas e projetando para o mercado interno, este ano, os mesmos níveis de vendas que tivemos no ano passado. Porém, nossas exportações estão praticamente dobrando em 1999 e esperamos atingir um faturamento de R\$ 60 milhões”. Quem revela é Luiz Leonardo da Silva Filho gerente de Marketing da Peróxidos do Brasil, fornecedora de peróxido de hidrogênio e ácido peracético para o setor de celulose e papel, que representa 40% do volume de vendas.

Empresa associada ao grupo Solvay, a Peróxidos do Brasil investiu nos últimos cinco anos cerca de US\$ 45 milhões em aumento da capacidade de produção e modernização de suas instalações.

“A empresa continua firme no propósito de investir no Brasil e nos seus segmentos industriais. Recentemente, com a celebração de seus 25 anos, foi anunciado um plano de investimentos que inclui a produção de clorato de sódio para atendimento parcial do mercado nacional e para exportação. Os investimentos previstos para este ano são de US\$ 4,6 milhões”, revela ele.

ABB: R\$ 20 milhões em carteira até o final do ano

“Houve uma retração dos negócios no início do ano, compensada em parte com exportações. Mas já se nota um movimento intenso de consultas, o que deve levar à recuperação no médio prazo. Há uma perspectiva otimista de um novo ciclo de grandes investimentos”, resume Ricardo Hirschbruch, gerente geral de Papel e Celulose da ABB América Latina. Ele revela

que a empresa tem em carteira pedidos da indústria de papel no valor de R\$ 20 milhões para fornecimento num prazo de 5 a 8 meses. A área de papel e celulose na ABB gera um volume anual de negócios de aproximadamente R\$ 50 milhões.

No Brasil, a ABB possui 7 fábricas, emprega 7 mil funcionários e fatura aproximadamente 1 bilhão de dólares. Somente para atender o setor de celulose e papel, a empresa tem uma equipe de 50 pessoas dedicadas ao segmento de Automação. Fornece desde instrumentos, motores elétricos e células de carga, até secadores de celulose em regime de turn key, com presença marcante no fornecimento de acionamentos de máquinas de papel, sistemas de automação, PLC, SDCD, sistemas de medição e controle, distribuição de força, entre outros.

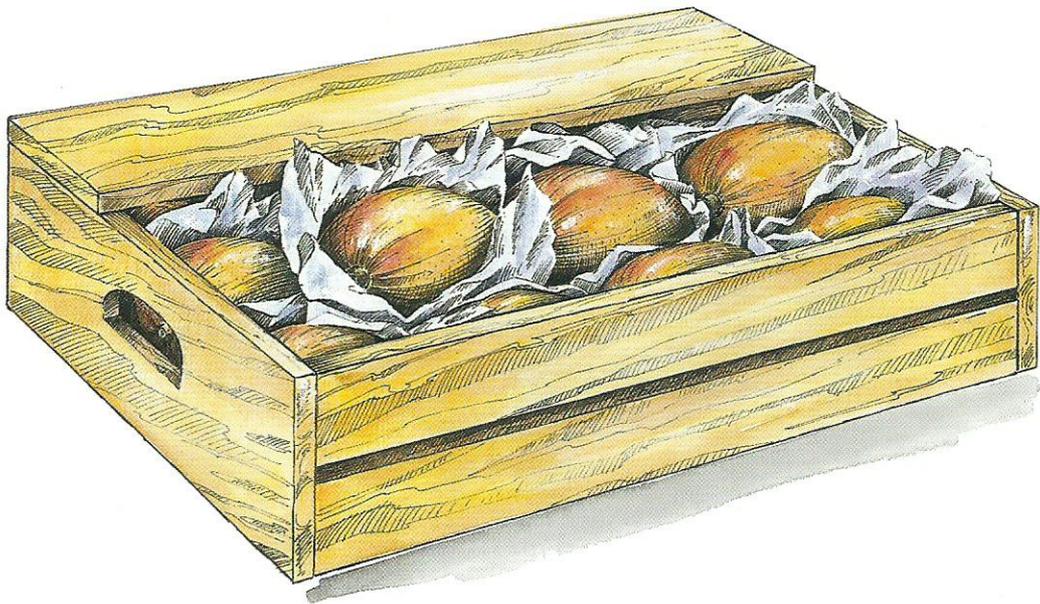
Hirschbruch conta que a empresa aproveitou o período de poucos projetos para se preparar para uma nova fase. “Estamos procurando focar uma das maiores necessidades do setor, que é proporcionar um maior retorno do capital investido. Neste processo, investimos pesado em treinamento de pessoal e em pacotes de produtos e serviços com garantia de retorno”, acrescenta.

“As perspectivas de vendas de vendas para o final do ano são boas, já que o segmento papeleiro sempre teve a vocação para exportar e o parque instalado tem condições de competir com os melhores do mundo. A desvalorização do real alavancou essa característica. Por isso, há vários negócios no mercado, consequência de investimentos visando aumentar a exportação e substituir importações”, acredita.

No Brasil, a ABB possui sete fábricas, emprega 7 mil funcionários e fatura aproximadamente 1 bilhão de dólares.



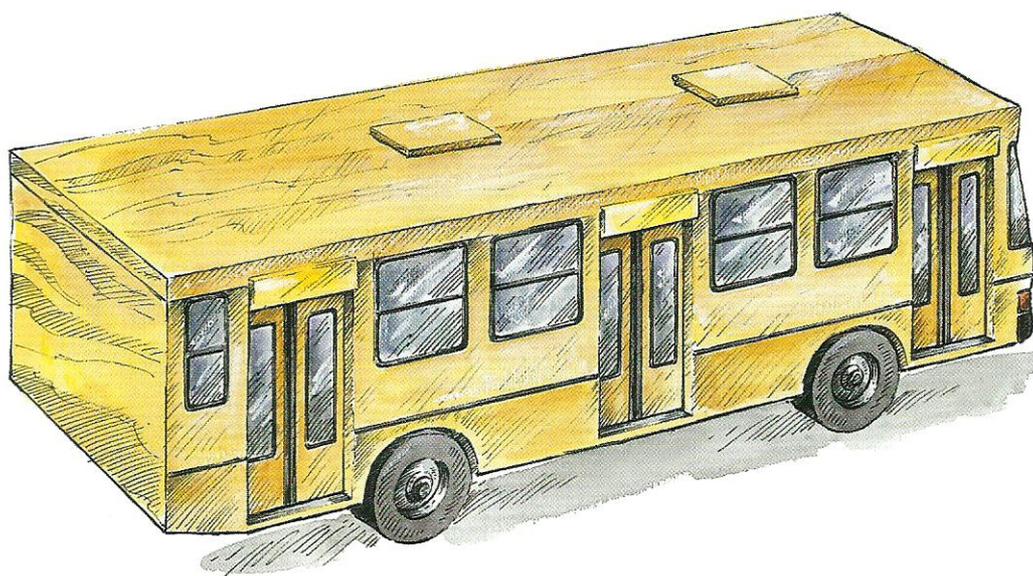
De frutas



www.bancobrasil.com.br



a ônibus.



PROEX. A melhor maneira de financiar o que você quer exportar.

Colocar o seu produto no mercado mundial é muito mais fácil do que você imagina. Não importa o que você produz nem o tamanho da sua empresa, o melhor caminho para exportar é sempre o Proex – **Programa de Financiamento às Exportações** do governo brasileiro, oferecido pelo Banco do Brasil, o banco que mais investe no comércio exterior.

BANCO DO BRASIL

“Não troco um dia de sol pela telinha da Internet”

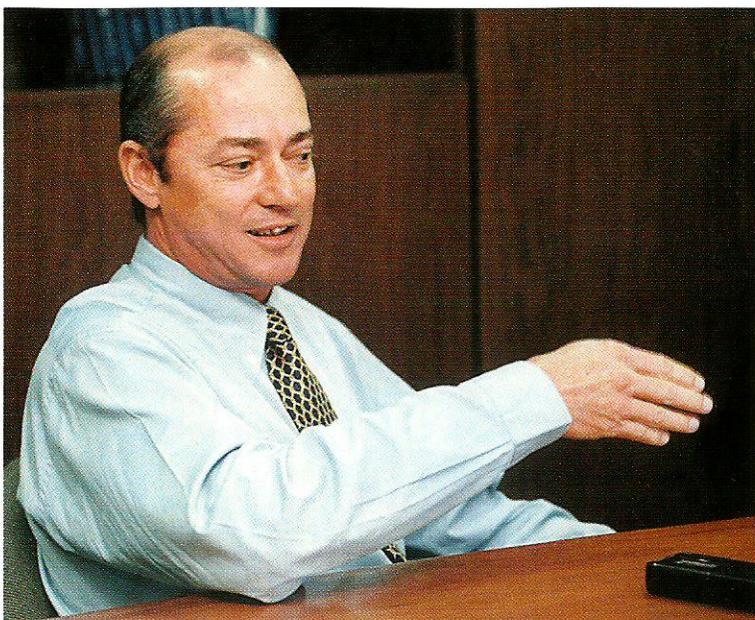
Silvia D'Alessio

Os 23 anos de Mauro Antonio Cerchiari no setor de celulose e papel resumem-se a uma única empresa, a Champion. Formado em Economia, com mestrado em Administração, há dois anos, ele enfrentou o desafio de assumir a vice-presidência de Vendas da Inpacel, que acabava de ser vendida para a Champion, onde acumula o mesmo cargo, com a incumbência de preservar a empresa, mantendo os seus negócios. “Foi como pular num trem andando e assumir o controle sem conhecê-lo direito”, admite.

Afinal são mais de duas décadas lidando com papel branco de imprimir e escrever e, de repente, as circunstâncias o levaram a aprender sobre um segmento de mercado completamente diferente, como o papel de revista LWC.

Com 46 anos, casado, pai de um casal de adolescentes, o vice-presidente de Papel LWC da Bracelpa, se considera um integrado ao trabalho e não separa muito a vida profissional e familiar, já que a própria família não fica inteiramente alheia ao seu trabalho. Talvez por isso, a palavra estresse parece não fazer parte do seu dicionário ou, se faz, não possui um significado tão assombroso. “Não combatemos o estresse, apenas o administramos naturalmente dentro de nossas vidas”, acredita, acrescentando: “além disso, não é algo que deve ser necessariamente ruim”.

Apreciador de músicas que tranquilizam o espírito e de livros que abordam a transformação e evolução da sociedade, Cerchiari gosta também de caminhar e estar em contato com a natureza e enfatiza: “não troco um dia de sol pela telinha da Internet”.



Celulose & Papel - Qual é a sua formação e há quanto tempo atua no setor de celulose e papel?

Mauro Antonio Cerchiari - Sou economista, com mestrado em Administração. Atuo há 23 anos no setor, na Champion, onde entrei e não saí mais.

C&P - Como foi a sua trajetória profissional na empresa?

Cerchiari - Comecei minha carreira em São Paulo na área de Planejamento de Mercado, diretamente relacionada a vendas. Fui o primeiro gerente de exportação da empresa, no início dos anos 80, no começo das exportações de papel com 100% de celulose de eucalipto. Depois trabalhei na área de Planejamento Estratégico, na época dos planos econômicos a cada seis meses. Passei para a área de Materiais, que envolvia compras, transporte e logística. Trabalhei ainda por um período curto no setor de Recursos Humanos. Cheguei a ser Diretor Financeiro de Planejamento e nos últimos

dois anos assumi a vice-presidência do Grupo Champion.

C&P - O que costuma fazer para combater o estresse comum a qualquer profissional que vive numa das principais cidades do mundo, e trabalhando num setor tão competitivo como o de celulose e papel?

Cerchiari - Não combatemos o estresse, apenas o administramos. Isso é feito dentro de nossas vidas,

das nossas atividades, como sendo parte integrante do processo. Estresse não é algo que deve ser necessariamente ruim. Ele deve ser administrado. Às vezes isso não é muito fácil, principalmente quando somos submetidos a uma carga de tensão muito grande. Mas acho que todos deveriam realmente tentar administrar o estresse dentro da vida como sendo um fator passível de controle.

C&P - Como é ocupar um cargo importante numa empresa de porte, num setor tão vulnerável a ciclos como o de celulose e papel?

Cerchiari - Eu diria que é excitante. Temos que estar plugados em tudo o que acontece no mundo. O setor de celulose e papel tem uma característica, hoje, de ser globalizado. O que acontece na Ásia ou Estados Unidos tem impacto aqui. Não é só vulnerável aos ciclos normais, que afetam oferta e demanda, como é afetado por qualquer tipo de movi-

mento que ocorre no país e fora dele, como movimentos econômicos, políticos, sociais e ambientais, por exemplo. Essa posição que um líder de uma empresa ocupa obriga a pessoa a estar ligada nesses acontecimentos e obviamente analisar todo esse cenário dinâmico e traduzir em planos e ações que levem a empresa a atingir os objetivos desejados, ou seja, formalizar planos de ações, fazer um planejamento e colocar em execução e comandar uma equipe em direção a um objetivo.

C&P - Até que ponto isso não provoca estresse?

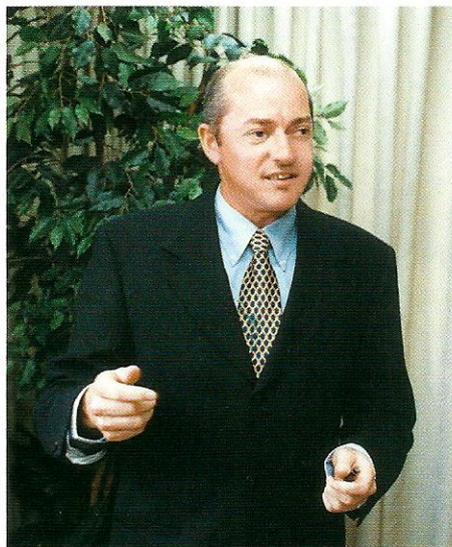
Cerchiari - Ao mesmo tempo que tem um componente de estresse, tem outro que instiga a curiosidade. Dessa forma, estamos sempre aprendendo. É claro que requer uma gama de informações muito grande e devemos saber administrar isso. Mas tem seu lado excitante, de conhecer, de entender os problemas que acontecem no mundo e transformar isso em estratégias da sua empresa para atingir seus objetivos.

C&P - Na sua opinião, quais as perspectivas para o setor no curto prazo? Os preços no mercado internacional vão melhorar? E os estoques, como estão?

Cerchiari - Os preços já estão melhorando. E os estoques, atualmente, em nível internacional, tanto da celulose como de papel, estão bastante baixos. Não existe aumento significativo de capacidade prevista para os próximos dois anos. Se tivermos um ciclo de economias desenvolvidas razoavelmente estáveis, com manutenção de crescimento, como a americana e européia, e também da Ásia, que atravessa um processo de recuperação, seguramente deveremos ter oferta e demanda bastante equilibradas, fazendo com que os preços que iniciaram uma recuperação se estabilizem e até com tendência de crescimento, mas não acentuado como foi no ano de 1995.

C&P - Foi um ano saudosos para o setor, não?

Cerchiari - Foi o melhor período, mas foi um ano em que na mesma velocidade que cresceu, também caiu. Do ponto de vista dos negócios, é preferível um crescimento moderado, que permita uma recuperação em nível de preços mas que não tenha um pico tão elevado como foi em 1995. Acho que assim é melhor tanto para os produtores como para os clientes. O ideal é uma administração melhor da oferta, de forma que se tenha um crescimento da indústria e uma remuneração do seu produto mas estável, sem grandes saltos. Acredito que o setor esteja entran-



Mauro Antônio Cerchiari, vice-presidente de Vendas da Inpapel

"Acredito que o FHC deveria, num momento como esse, sair da Capital, ir às ruas e tentar passar para a população de forma geral uma mensagem dizendo que ainda pode fazer alguma coisa pelo país".

do nessa curva ascendente e espero que nos próximos dois anos ela se mantenha, sem sobressaltos.

C&P - Da Champion o senhor foi para a Inpapel tocar um projeto de grande porte. Já colocou a casa em ordem?

Cerchiari - Quando a Champion adquiriu a Inpapel, há 20 meses, a primeira prioridade foi assegurar aos clientes, funcionários, fornecedores e comunidade em geral a continuidade

operacional da empresa. Num segundo momento, que estamos vivendo atualmente, o objetivo principal é a melhoria da qualidade do produto, da produtividade em geral e sua viabilidade econômica.

C&P - Quais os maiores desafios?

Cerchiari - Dada a forma de aquisição da Inpapel, através de leilão público, o maior desafio foi como pular num trem andando e assumir o controle sem conhecê-lo direito. Há que se dizer que na Inpapel já existia uma estrutura profissional capacitada na Área de Vendas, porém precisei aprender rapidamente a gerir um segmento de negócios desconhecido pela Champion do Brasil e obviamente precisando reverter a situação da empresa e gerar resultados no curto prazo.

C&P - E a dívida assumida?

Cerchiari - Nós renegociamos a dívida. Assumimos todos os compromissos da empresa e renegociamos.

C&P - A que o senhor atribui o feito de transformar uma empresa com dificuldades em rentável, em dois anos apenas?

Cerchiari - A Champion, do Brasil, não conhecia o produto da Inpapel, que é o papel couchê de baixa gramatura, porém a Champion International tem mais de 100 anos no setor de papel e celulose e é uma grande produtora deste tipo de papel. Isto nos gabaritou para reverter o resultado negativo que a Inpapel vinha apresentando. Juntamos tecnologia com os equipamentos de primeiro mundo da Inpapel e a capacidade da Champion Brasil de administrar.

C&P - Como é administrar a área de vendas de um produto que o senhor até então não conhecia?

Cerchiari - Quando fizemos a análise para a compra da Inpapel eu achava que haveria uma sinergia muito grande entre a Champion, que faz papel branco de imprimir e escrever, e a Inpapel,

no que diz respeito à área comercial. Isso não existe. Embora existam alguns clientes comuns, a forma de tratamento dos dois tipos de papéis é bastante diferenciada. São segmentos bem diferentes, porém os conceitos, os valores e a importância do relacionamento com os clientes são os mesmos.

C&P - Qual a sua opinião sobre o governo FHC?

Cerchiari - Risos.... Eu acho que o Fernando Henrique teve uma grande oportunidade nas mãos no início do Plano Real. Ele realmente entrou num momento propício e através da sua equipe lançou um plano econômico que lhe deu uma oportunidade de começar a mudar o país. Mas no decorrer do primeiro mandato, em função de eventos fora do país, como as Crises da Ásia e Rússia, e também da necessidade que ele teve de se compor com políticos no Congresso para poder conseguir alguns dos seus projetos de mudanças no país, se comprometeu um pouco, pagando um dividendo político muito caro. Acho que as reformas não foram feitas nas épocas corretas por inúmeras razões comprometendo o primeiro mandato. Mas ele continuou apostando no processo e se comprometendo politicamente para ser eleito no segundo mandato. Foi eleito, mas na realidade essa base que teoricamente o apoiou começa a questionar se valeu a pena. Acho que há muito a ser feito ainda, colocar o Brasil num novo rumo. Alguns técnicos de sua equipe são muito competentes, mas ele está num momento crítico, basicamente isolado. Sinto nosso presidente muito acuado, alheio ao que está acontecendo fora de Brasília. Acredito que ele deveria, num momento como esse, sair da Capital, ir às ruas e tentar passar para a população de forma geral uma mensagem dizendo que ainda pode fazer alguma coisa pelo país, já que ainda não iniciaram seriamente as discussões

sobre a eleição do próximo presidente. Acho que deveria novamente mostrar a cara, montar em jegue e comer buchada de bode.

C&P - Onde nasceu? É casado, tem filhos?

Cerchiari - Nasci em São Bernardo do Campo. Tenho minha formação basicamente feita em São Paulo. Sou casado, tenho uma filha com 16 anos e um filho com 14 anos, dois ótimos adolescentes.



C&P - Quantas horas trabalha por dia e como conjuga a vida familiar e profissional?

Cerchiari - Hoje em dia é imensurável medir o trabalho em termos de horas trabalhadas. O trabalho é parte integral da vida de qualquer pessoa. Me considero um integrado ao trabalho. Devemos considerá-lo como parte integrante das nossas vidas e encará-lo como uma coisa natural. Obviamente temos a família, que devemos dar prioridade também. É claro que a educação dos filhos, por exemplo, recai mais na mulher, na minha esposa. Mas nem por isso eu deixo de participar. Além disso, minha família participa da minha vida profissional, nós conversamos muito sobre isso, da necessidade que tenho de viajar, de estar fora etc. Na verda-

de, eles também acaenam se integrando dentro da minha vida profissional. Resumindo, eu não divido muito isso aqui é trabalho, isso é vida pessoal.

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

Cerchiari - Ficar em lugares abertos, em contato com a natureza. Gosto de caminhar, olhar jardins, flores. Eu não troco um dia de sol pela telinha da Internet por nada. A menos que seja necessário.

C&P - Tem algum hobby?

Cerchiari - Sou aficionado por longas caminhadas e também jogo.

C&P - Qual o tipo de leitura preferida?

Cerchiari - Além da leitura sobre negócios, que nos mantém atualizados dentro do nosso trabalho, gosto de livros que traçam algum paralelo com a evolução da sociedade, de como ela vem se transformando através da evolução da tecnologia, por exemplo, e até das necessidades humanas.

C&P - Gosta de música?

Cerchiari - Gosto de música calma. Prefiro sons que relaxem e tranquilizam o espírito, do tipo clássica e new age.

C&P - Quais são as suas maiores convicções e desafios?

Cerchiari - Tenho uma convicção muito forte no poder da fé. Acho que as pessoas que tem o poder de ter fé em alguma coisa, conseguem atingir os seus objetivos e vencer os seus desafios. Essa fé pode ser num sentido bem amplo. Esse poder move as pessoas a vencer os desafios.

C&P - Por falar em fé, você se considera um homem religioso?

Cerchiari - Sou católico, mas não praticante. Mas gosto de ser informado ou conversar com pessoas que têm outras religiões para não ficar limitado a entender somente um lado da moeda.

IBEMA:

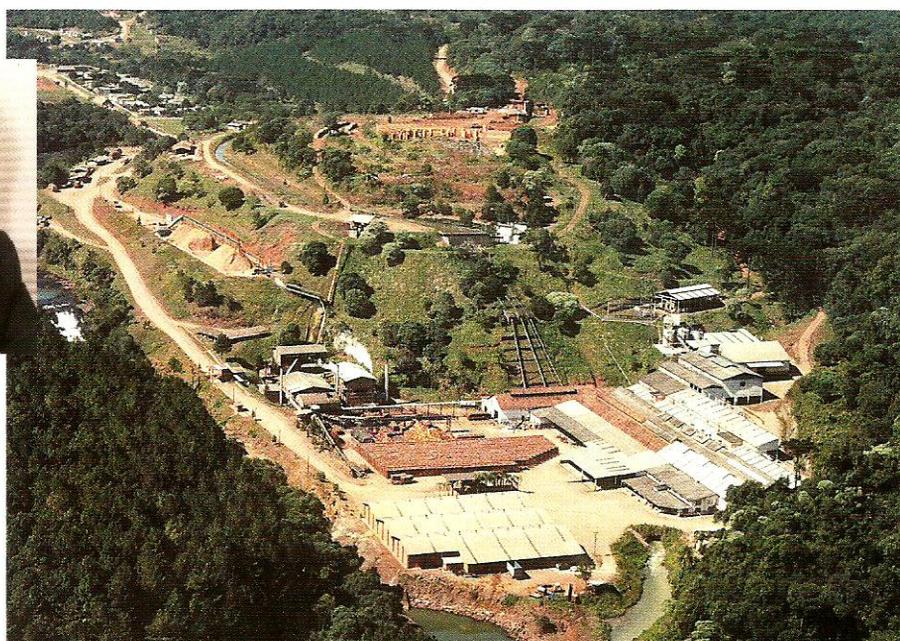
novos projetos para o novo milênio

A empresa festeja sua estabilidade financeira e anuncia importantes investimentos, a expansão dos seus negócios, além de participar da campanha de incentivo a utilização do papel cartão

Vanessa Cecilia da Silva



Diretor presidente da IBEMA, Rui Gerson Brandt: "Nosso endividamento é zero. Não temos dívidas a curto prazo com nenhum banco. Chegou a nossa hora de crescer"



A perspectiva da empresa é fechar 99 com um montante de US\$ 48 milhões, um aumento de 33% sobre 98.

No início deste ano, a Bracelpa lançou a campanha PAPELCARTÃO, que visa reafirmar as suas vantagens: reciclável, biodegradável, além, é claro, de proteger e valorizar o produto embalado. Para representar a campanha foi criada o selo "Embalagem aprovada pela natureza" que está sendo divulgada através de propagandas, eventos promocionais e atividades educacionais. Uma das empresas que lidera esse movimento junto, à Associação, é a IBEMA - Companhia Brasileira de Papel, fábrica especializada nesse segmento.

A mudança cambial brasileira dificultou a importação do cartão, seja como matéria-prima ou embalagem pronta, o que alavancou o mercado interno. "Nós, como fabricantes, recu-

peramos o abastecimento do mercado interno substituindo os produtos que eram importados. Mesmo assim, ainda não atingimos o volume esperado", explica o diretor-presidente da IBEMA Rui Brandt. Hoje a capacidade de produção no mercado desse segmento é de 45 mil toneladas/mês, porém o setor está produzindo algo em torno de 40 mil toneladas. "O papel cartão sempre passou muito despercebido, mas começou a ganhar força a partir da campanha que visa buscar maior consumo desse artigo", diz entusiasmado o diretor-presidente da IBEMA.

Há mais de 40 anos, a IBEMA opera de forma integrada (Floresta, Madeira e Pasta Mecânica), suas duas unidades – em Turvo, seu principal produto, cartão duplex com coating; e, em Ibema uma pequena fábrica de pa-

pel de imprimir e escrever - ambas situadas no Paraná. Na década de 90, a empresa familiar, acompanhando às tendências de mercado, passou por um processo de profissionalização dividindo sua direção com executivos preparados para agirem no setor. Resultado: hoje a IBEMA está entre os cinco maiores fabricantes de papel cartão, representando 9% da produção brasileira, tendo algo em torno de 8% do mercado. Além disso, a empresa exporta 20% da sua produção, sendo a Argentina um dos seus principais países importadores. As vendas para o mercado externo têm sido muito lucrativas para a companhia, que em 98, contabilizou R\$ 7 milhões, um incremento extremamente positivo, em relação a 97, de 35%. "Com os novos investimentos, o objetivo é elevar a

nossa participação no mercado de 9% para 15%”, ressalta Rui Gerson Brandt.

A companhia - que produz 36 mil toneladas/ano - comemora sua situação financeira estável. “Nosso endividamento é zero, não temos dívidas a curto prazo com nenhum banco”, diz Brandt que acrescenta “Chegou a nossa hora de crescer”. Um bom sinal de que as coisas “vão de vento em popa” está retratado no faturamento de 98, que resultou em R\$ 36 milhões, e de janeiro a setembro deste ano, a empresa já faturou esse mesmo valor. A perspectiva da IBEMA é fechar 99 com um montante de US\$ 48 milhões, o que significará um incremento de 33% sobre o valor de 98.

Inovar para crescer

Os projetos de duplicar a capacidade da companhia e expandir no segmento de cartão só estão começando. A IBEMA implantou, no início do segundo semestre, o Programa de Expansão, com o objetivo de duplicar a produção da fábrica de papel cartão. “É um plano estratégico de desenvolvimento a curto e médio prazo que custará em torno de US\$ 30 milhões”. Um dos primeiros resultados do pro-

jeto será a compra da Máquina 3, que deverá produzir uma média de 200 toneladas/dia de cartão duplex nas gramaturas de 180 a 350 g/m². Na primeira etapa dos planos traçados pela empresa, a nova máquina terá capacidade de substituir e complementar a produção da atual Máquina 1, com produtos de qualidade ainda melhor, fabricando cerca de 72 mil toneladas anuais. Segundo o diretor, a idéia de acoplar novos equipamentos à empresa, que operassem juntamente com a Máquina 1, já era antiga, porém, os parâmetros adotados pelos fabricantes de equipamentos e a política financeira vigente no país dificultavam sua concretização. “As mudanças conceituais dos fabricantes permitiram a projeção de equipamentos mais sofisticadas com o menor custo, permitindo o desenvolvimento de maquinários com maior capacidade, porém com preço final acessível”, explica Brandt.

A empresa considera essencial os incrementos em sua área florestal - que abrange 7.500 hectares - visando assim, níveis de florestas que permitam a expansão da atividade. Por isso, já foram compradas terras para a plantação de mais árvores, além dos pesa-

dos investimentos na manutenção da empresa, equipamentos e pessoal.

Um dos destaques deste projeto é a construção de uma usina hidrelétrica, situada no Paraná, avaliada em US\$ 5 milhões, que gerará 5 mil Mhz. O seu funcionamento está previsto para 2001.

Recursos Florestais

A coligada IBEMA Empreendimentos Florestais Ltda. é a empresa florestal responsável pelo abastecimento de matéria-prima (toretas de madeira para pasta mecânica) e insumos (materiais energéticos para caldeiras) obtido em áreas próprias e de terceiros, com reservas para mais de 15 anos. São 75 milhões de metros quadrados reflorestados, distribuídos em várias fazendas. A exploração da floresta é feita através de desbastes, ou cortes seletivos, a partir do oitavo ano, visando o abastecimento da indústria e possibilitando, através do crescimento, a recuperação dos volumes cortados. A distribuição de espécies cultivadas é a seguinte: *Pinus elliotti*, 74%; *Pinus taeda*, 15%; *Araucaria angustifolia*, 5% e *Eucalyptus*, 6%.

Os futuros abastecimentos de madeira para a empresa é garantido pelas reservas próprias, que são auto-sustentáveis, pela disponibilidade de áreas não comprometidas e pelo aproveitamento de madeiras que não são susceptíveis de serem usadas pelas serrarias, laminadoras e empresas similares de processamento mecânico “Nas condições atuais, o volume anual disponível de madeira é de 132 mil estéreos, o que equivale à produção de mais de 26 mil toneladas anuais de pasta mecânica. Com isso, a partir do corte final e com o correspondente replantio, existe uma garantia de sustentabilidade da floresta”, diz o diretor-presidente.

A celulose utilizada na produção da parte branca do cartão (“forro”), adquirida no mercado, e as pastas mecânicas utilizadas na fabricação do



A empresa conta com o projeto “Programa de Expansão”, que girará em torno de US\$ 30 milhões, para aumentar a capacidade de produção da empresa.

“suporte”, produzidas pela IBEMA, vem de florestas plantadas; o restante da matéria-prima fibrosa é constituído por material reciclado.

Como tudo começou

A história da IBEMA na área de papel começou em 1956, sendo batizada com o nome de Irmãos Maia S/A Ind. e Com. Porém, a razão social da empresa passou por algumas mudanças no decorrer dos anos, até que no início dos anos 90, tornou-se definitivamente IBEMA - Companhia Brasileira de Papel. No começo atuava em várias atividades no segmento papelero, porém, com o desenvolvimento do setor, passou a concentrar-se na produção de papel, essencialmente na de cartão. Isso se deu, pois a empresa contava com fatores favoráveis para a produção desse produto: uma excelente localização em termos estratégicos, tanto no que se refere às fontes de matéria-prima (madei-

ra) como ao mercado exportador (Argentina e demais países do Mercosul); a disponibilidade de madeira e a existência de recursos hidroelétricos próprios que possibilitaram uma geração equivalente a mais de 5MW, energia suficiente para atender a demanda atual da fábrica de cartão e da unidade integrada de pasta mecânica.

Desde 1991, as principais atividades da empresa passaram a ser a fabricação de cartão duplex na unidade de Turvo, na região central do Paraná, a 60 km de Guarapuava – hoje, uma área de 627 hectares - e as atividades correlatas de produção de madeira para o processo industrial, complementadas pela operação da fábrica de papel instalada no distrito de Ibema. Foi a unidade de Ibema – a 200 km de Foz do Iguaçu e a 50 km de Cascavel, no estado do Paraná, que deu nome ao município, quando o mesmo se separou de Catanduvas.

IBEMA

LOCALIZAÇÃO:

Ponta Grossa, Paraná

FUNCIONÁRIOS: 411

CAPACIDADE INSTALADA:

IMPRIMIR E ESCREVER:

(Unidade de Ibema) -
9 mil toneladas/ano

CARTÃO DUPLEX:

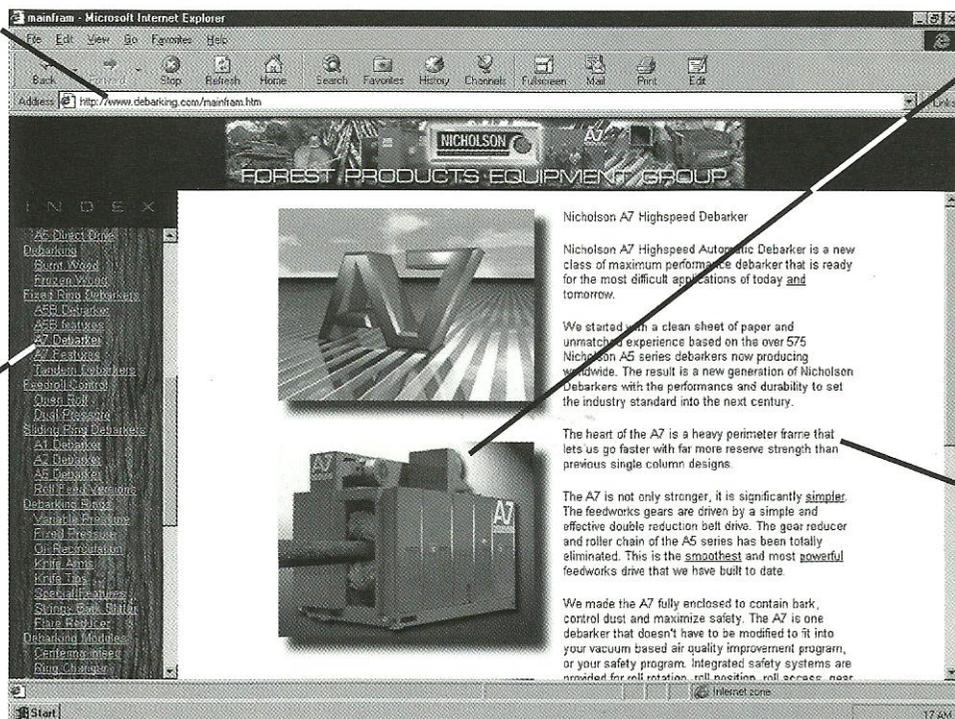
(Unidade de Turvo) -
36 mil toneladas/ano

FATURAMENTO:

Em 98, R\$ 36 milhões.
Previsão para 99, US\$ 48 milhões

WWW.DEBARKING.COM

Digite aqui no seu browser o endereço do novo web site da Nickolson.



Use o nosso conveniente índice de web page para localizar as informações exatas de que você precisa.

Examine os mais modernos descascadores, picadores, carregadores, serras e peneiras de alta produção da Nicholson.

Leia os detalhes técnicos que podem ser muito importantes para a sua serraria ou picagem.

...e, acima de tudo, divirta-se ao examinar o novo web site da Nicholson com 84 páginas criado para você!

ENGEMIN PROJETOS e CONSULTORIA S/C Ltda. RUA APRÍGIO DE ARAÚJO 864, SALA 803
CEP 14160-000 SERTÃOZINHO - SP BRASIL TEL: 55-16-645-2404 FAX: 55-16-645-3825 EMAIL: FORESTSALSA@NIMWA.COM

Novidades, tecnologia e premiação marcam o congresso da ABTCP

Além de bater recorde de público, gerar bons negócios para o setor e conceder prêmios aos especialistas da área, o congresso recebeu a visita de uma comitiva canadense que busca parcerias no país

A última edição do milênio do Congresso da ABTCP - Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel, que realizou-se no Centro Têxtil - International Trade Mart, em São Paulo, entre os dias 18 e 21 de outubro, deste ano, foi contemplada com resultados extremamente positivos para o setor. Mais de 7 mil visitantes - 17% superior ao do ano passado - foram acompanhar de perto as novas tendências, tecnologias de ponta e oportunidades de negócios no 32º Congresso Anual de Celulose e Papel e 32º Expo Industrial. "Esse número mostra a grande preocupação das empresas em desenvolver cada vez mais seus Recursos Humanos, ponto fundamental à sobrevivência no novo mercado competitivo, imposto pelo mundo globalizado", ressaltou o gerente executivo da ABTCP, Francisco Bosco de Souza.

O evento contou com a visita internacional de uma comitiva canadense, liderada pelo Ministro da Indústria e Comércio do Governo de Quebec, Guy Julien. Em missão político-econômica, empresários e autoridades da Província canadense estiveram no País em busca de parcerias para futuros empreendimentos no setor nacional. A comitiva, que participou de diversas reuniões individualizadas com executivos de setores econômicos do País, apontou o Brasil como um dos

países mais promissores do mundo para o crescimento de celulose e papel no início do Século XXI. Futuros negócios entre o setor nacional e o de Quebec serão importantes à recuperação do segmento de papel e celulose do Brasil, que necessita de investimentos em novos projetos da ordem de US\$ 5,5 bilhões.

A participação das congêneres do setor, como ABPO, Abflexo, ABTG e SBS teve uma contribuição importante para os resultados do 32º Congresso, pois permitiu ampliar horizontes de

temas que envolvem todo o ciclo da cadeia produtiva. O presidente da ABPO, Paulo Sérgio Peres, surpreendeu-se com os resultados das avaliações dos participantes do Ciclo de Palestras da entidade durante o evento. "Os resultados apontaram a importância da integração de todo o setor no Congresso", analisa Peres.

Segundo os organizadores da 32ª Expo Industrial, o balanço das empresas, confirmou o posição do evento como grande oportunidade comercial. Muitas negociações foram concluídas ou se iniciaram durante a feira. O público altamente qualificado possibilitou que os 123 expositores do setor nacional e internacional apresentassem as principais novidades do mercado mundial, em termos de produtos, serviços e equipamentos.

Novidades para 2000

A ABTCP satisfeita com o sucesso deste ano, já está se preparando para o evento que promete ser uma das maiores realizações mundiais do setor: o ABTCP - TAPPI 2000, que será realizado de 23 a 26 de outubro de 2000, em São Paulo. Cerca de 80% da área total da feira já está vendida, e, para o Congresso, estão sendo esperadas as maiores autoridades do mundo em tecnologia para o segmento de papel e celulose. "O mercado globalizado nos trouxe a grande res-



Marco Fábio Ramenzoni,
presidente da ABTCP:

*"Evolução e Inovação
só trazem ganhos para o nosso País".*

ponsabilidade de promover e ampliar o intercâmbio de negócios e tecnologias entre todas as empresas do segmento em nível mundial” afirma o presidente da ABTCP, Marco Fábio Ramenzoni. As principais inovações tecnológicas vistas este ano, em Atlanta, durante o TAPPI'99, estarão no Brasil, em versões mais atualizadas. Segundo Ramenzoni, um grande número de técnicos com poder de compra, gerentes e diretores das principais empresas do mundo estarão no evento. Mais informações na ABTCP, pelo

telefone (11) 574-0166 ou e-mail: abtcp@abtcp.com.br

Premiações: honra ao mérito

A primeira edição do concurso Experiências de Sucesso destacou nove trabalhos, premiando cinco destes como os melhores projetos profissionais da linha operacional das fábricas do setor “O importante dessa iniciativa foi mostrar os recursos e as tecnologias aproveitadas por cada concorrente, que obtiveram resultados satisfatórios. Essa iniciativa é

essencial para que outros profissionais tenham novas idéias e as levem para suas empresas. Evolução e inovação, só trazem ganhos para o nosso país”, ressaltou o presidente da ABTCP. Paralelamente também foram concedidos cinco prêmios aos melhores trabalhos técnicos do Congresso, para as seguintes categorias: ABTC; ABTCP Internacional; Sindicato da Indústria do Papel, Celulose e Pasta de Madeira para Papel no Estado de São Paulo; Kvaerner Pulping e Peróxidos do Brasil

CONCURSO EXPERIÊNCIAS DE SUCESSO

1º Prêmio: (Participação gratuita em um Curso do Programa Técnico 2.000)

Cidadania em Cadeia (autora) Zuleika Nunes Medeiros (Terra Fine Papers)

2º Prêmio: (Um ano de Assinatura da Revista O Papel)

Melhorias na área de revestimento de papel (autores) Gasparino Mikuska e Leocir C. Domingues (Klabin Fabricadora de Papel e Celulose S.A.)

3º Prêmio: (CD com os trabalhos técnicos apresentados no 32º Congresso)

Devido empate técnico foram feitas 3 premiações

Aumento do tamanho do cavaco: (autor) Marcos Steyer (Riocell S.A.)

Método rápido para medição de alvura dos estágios de branqueamento: (autoras) Maria José de Oliveira Fonseca e Beatriz Assis Barony (Celulose Nipo-Brasileira S/A Cenibra)

Otimização do Estágio de P (peroxidação) do branqueamento da Ripasa: (autor) Fernando Scucuglia (Ripasa S.A. Celulose e Papel)

PREMIAÇÃO ABTCP

Prêmio ABTCP (Viagem Técnica ao Exterior).

(Para o trabalho de maior pontuação)

Fatores que afetam a eficiência e a seletividade do branqueamento com ozônio. *Elenice Rodrigues Pereira, Jorge Luiz Colodette, Ana Campos H. de Brito*

Prêmio ABTCP Internacional (2 prêmios/Placa de Prata).

(Para o trabalho estrangeiro com maior pontuação)

Branqueamento de polpa de Eucalipto com baixo residual de compostos halogenados. *Hans U. Suess, Cesar Leporini Filho, Kurt Schmidt*

Medição de temperatura em linha de secagem de máquinas de papel: um novo meio de monitorar e buscar desempenho. *Ali P. Haapanen, Alexandre Lins*

Prêmio Sindicato da Indústria do Papel, Celulose e Pasta de Madeira para Papel no Estado de São Paulo. (R\$ 2.500,00).

(Para o trabalho de maior aplicabilidade prática)

Amostragem de árvores para estudos tecnológicos da madeira para produção de celulose: tamanho da amostra, número mínimo de repetições e variabilidade das propriedades para um clone de *Eucalyptus Saligna Smith*. *Dorotéia Maria Martins Flores, Gabriel Valin Cardoso, Celso Edmundo Bochetti Foelkel, Sonia Maria Bitencourt Filho*

Prêmio Kvaerner Pulping (R\$ 2.000,00).

(Para o melhor trabalho voltado ao desenvolvimento dos processos de cozimento, lavagem e branqueamento, especialmente de matérias primas fibrosas de uso comum no Brasil)

Estudos de solubilização química de incrustações no estágio D2 da sequência ECF - DoEoD1D2. *Marcelo Moreira da Costa, Flávio Marcelo Correia, João Inácio Bissiat, Paulo Molinar*

Prêmio Peróxidos do Brasil (R\$ 2.000,00).

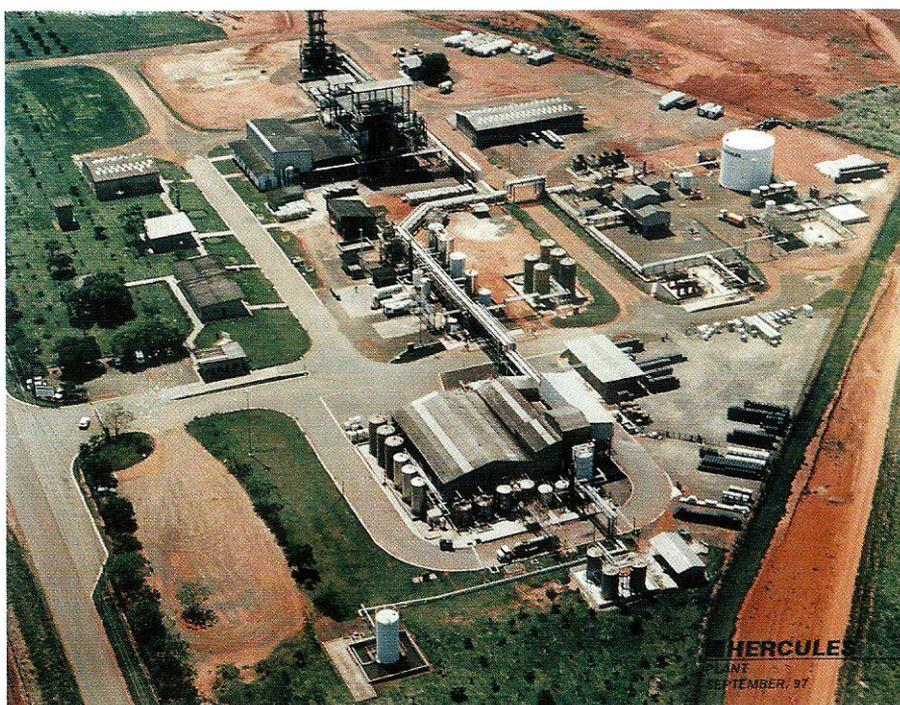
(Para o melhor trabalho sobre processos de branqueamento de pastas celulósicas)

Avaliação de seqüências de branqueamento ECF e TCF com ozônio e peróxido de hidrogênio na Bahia Sul Celulose. *Carlos Alberto dos Santos, Vail Manfredi*

Hercules lidera mercado de produtos químicos para celulose e papel

Pioneira na introdução de produtos químicos no Brasil, principalmente os utilizados para colagem interna e superficial, a divisão de celulose e papel da Hercules está expandindo no País. A empresa adquiriu a BeatzDearborn e tornou-se líder absoluta desse segmento no mercado mundial, com um faturamento ao redor de US\$ 3,5 bilhões.

Vanessa Cecilia da Silva



“As fábricas instaladas no Brasil e no México são estratégicas para atender os negócios na América Latina”. Ao lado, uma visão aérea da unidade de Paulínia, no interior de São Paulo.

A Hercules, com duas fábricas localizadas em São Paulo, nos municípios de Paulínia e Sorocaba, está promovendo o desenvolvimento de produtos químicos destinados ao setor de celulose e papel, com as mais modernas tecnologias mundiais, novos processos de produção e de aplicação. Em 98, importantes aquisições foram feitas pela Hercules Incorporated; a BeatzDearborn (empresa direcionada para sistemas que envolvem, entre outros, produtos para retenção, drenagem, processos de tratamento de água e efluentes industriais), em especial, acentuou a importância da empresa no setor, principalmente no Brasil, onde o faturamento, em conse-

quência, subiu a US\$ 30 milhões por ano para a indústria de celulose e papel. Assim, a empresa passou a contar com o mais amplo portfólio de produtos destinados ao setor papelero, além de acentuar sua liderança absoluta no mercado. “A companhia está muito interessada nos negócios da América Latina e da Ásia, que vêm demonstrando um forte crescimento no segmento”, ressaltou o diretor de Marketing da Hercules americana, Richard A. Hynes. Segundo Hynes, o incremento nos negócios é essencial para qualquer empresa. “Diante da recuperação do setor, a companhia no Brasil já está se antecipando às novas tecnologias desenvolvidas pela Hercules

Incorporated e disponibilizando-as para os clientes brasileiros” afirmou.

Além de laboratórios de pesquisa e desenvolvimento, o grupo conta com unidades comerciais nas principais regiões do País, como em São Paulo, Rio Grande do Sul, Espírito Santo, Bahia e Paraná. “Atendemos os nossos clientes com soluções completas, principalmente reduzindo custos operacionais e buscando alcançar os objetivos ambientais através da nossa avançada tecnologia” resalta o superintendente da Hercules no país, Clodoaldo Perone.

No Brasil, um dos grandes diferenciais da multinacional é o atendimento personalizado efetuado pelo “Site

Manager". Cada profissional é responsável por um grupo de indústrias, atuando próximo ao cliente, inclusive residindo na cidade onde suas fábricas estão instaladas. Eles são devidamente preparados para atender as necessidades atuais e futuras, em função das tendências do mercado. Também há o respaldo do "Account Manager", gerente de contas que cuida da área comercial de cada empresa. "O objetivo principal é oferecer, no Brasil, produtos com a mais avançada tecnologia existente no mercado internacional e profissionais devidamente treinados, e que isso gere, principalmente, vantagens na relação custos x benefícios para os nossos clientes", diz Perone.

Há uma planta piloto, completa, onde pode-se produzir qualquer tipo de papel e de papelão, em Jacksonville, na Florida e outra na Holanda, em Bielefeld. "O próprio cliente pode fazer os testes junto com os nossos técnicos e desenvolver o tipo de papel e de tratamento que quiser dar. Tudo isso está a disposição do nosso consumidor brasileiro", explica Richard Hynes.

O mundo da Hércules: Desde 1919, a Hercules Incorporated vem atuando no mercado de produtos químicos. Atualmente com seis divisões, a de maior destaque é a de Celulose e Papel, que representa 28% das vendas. Em seguida vem: BeatzDearborn, 25%; Aqualon (espessantes utilizados em produtos aquosos, como tinta de látex), 19%; Resinas (de breu e hidrocarbônicos utilizados em adesivos), 13%; Fibras especiais (utiliza-



São destinados, anualmente, US\$ 40 milhões à área de pesquisas e desenvolvimento. Além disso, a empresa participa das principais feiras e convenções mundiais.

das em produtos higiênicos e têxtil para a indústria automobilística), 8%; e Food Ingredients (ingredientes naturais para alimentos e bebidas), 7%.

A empresa é líder mundial em serviços e produtos químicos que são aplicados em diversos segmentos, principalmente no setor papelero. Nos últimos dois anos, a Hercules foi marcada por revoluções positivas: importantes aquisições; investimentos em pesquisas e tecnologia de ponta. Hoje, mais de 70% do volume produzido no segmento papelero, em todo o mundo, utilizam produtos e serviços da Hercules. As vendas globais em 98 somaram: na Ásia (Pacífico), 8%; no Ca-

nadá e na América Latina, 13%; na Europa 31% e nos Estados Unidos, 48%. "Percebíamos que, com a globalização, algumas empresas ficavam maiores e outras desapareciam, assim, aumentaram-se as exigências", explicou Richard. O faturamento mundial da empresa foi de US\$ 3,5 bilhões de dólares, em 1998, sendo que US\$ 900 milhões corresponderam ao setor de celulose e papel. São destinados, anualmente, US\$ 40 milhões à área de pesquisas e desenvolvimento.

A Hercules Incorporated atende mais de 1.200 fábricas espalhadas pelo mundo, tendo seus produtos utilizados em mais de 50 países. Na América Latina os trabalhos da Hercules se concentram no Brasil, México, Colômbia, Venezuela, Chile, Argentina e Uruguai. "As fábricas instaladas no Brasil e no México são estratégicas para atender os negócios na América Latina", ressalta Nestor Suárez, diretor regional de vendas da América Latina.

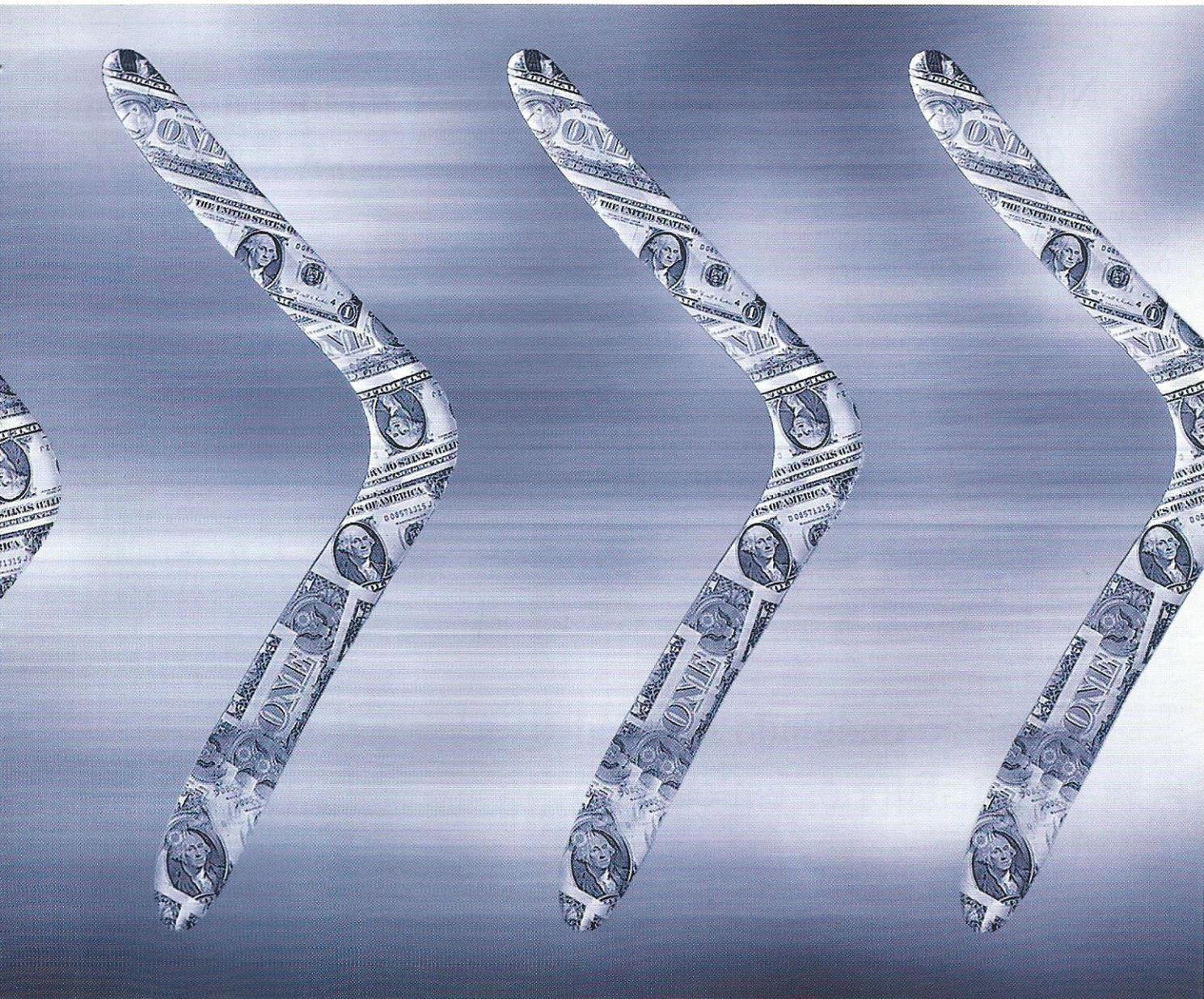
O objetivo para os próximos anos é expandir as plantas existentes, aumentar as capacidades de produção e continuar atualizando os produtos de acordo com o mercado mundial. "O essencial é produzir produtos mais sofisticados atendendo assim as exigências dos nossos clientes", explica o membro do Conselho Executivo da Hercules no Brasil, Andrew Piraino.



Clodoaldo Perone, superintendente da Hercules no Brasil: "Atendemos os nossos clientes com soluções completas, principalmente reduzindo custos operacionais e buscando alcançar os objetivos ambientais através da nossa avançada tecnologia".



Who cares? We do.



Saber com antecedência quando retornará o seu investimento - até mesmo antes da decisão a ser tomada. Para a Voith Sulzer vale o velho princípio: é melhor controlar do que confiar. Através do nosso controle automático de alvura, após um ano, você terá assegurado o retorno sobre o seu investimento, e também um produto final constante, de melhor qualidade. Ao mesmo tempo, sabemos como economizar energia. A nossa experiência nos processos on line e o nosso comprometimento durante todo o processo de produção, garantem-lhe segurança. Não importa se a sua necessidade é um novo projeto ou uma reforma. Nós acompanhamos os seus planos de investimento, de maneira competente, confiável e como seu parceiro, para que sempre tenha a segurança de tomar uma decisão correta. Nós cuidamos disso.

VOITH SULZER
PAPER TECHNOLOGY

Novelprint investe e amplia linha de etiquetas para impressoras

Atuando no mercado brasileiro há 41 anos, a Novelprint está ampliando sua linha de etiquetas Datalabel para impressoras laser, jato de tinta e matricial. Voltada tanto para o mercado SoHo, em expansão no Brasil e para o segmento corporativo, a linha Datalabel foi desenvolvida obedecendo aos mais rigorosos padrões internacionais de qualidade. A empresa, pioneira neste segmento no país, emprega no processo produtivo a tecnologia *hot melt*, que assegura perfeita aderência às etiquetas. Segundo o superintendente comercial da empresa Fábio Provedel, estão sendo feitos investimentos da ordem de US\$ 4 milhões em maquinário, instalações, e marketing e canais de distribuição e acrescenta que um dos diferenciais da nova linha é o preço final do consumidor.

A Novelprint está credenciando distribuidores e revendedores em todo o país. Informações adicionais sobre a linha de etiquetas Datalabel podem ser obtidas através do telefone (11) 268 - 4111.

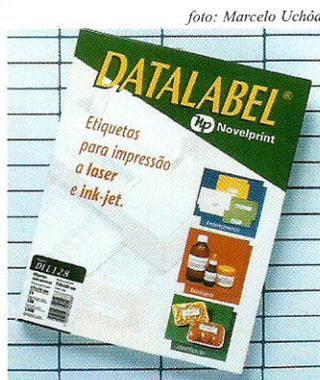


foto: Marcelo Uchôa

O processo hot melt foi aplicado na nova linha de etiquetas da NovelPrint.

Papelão ondulado resultados satisfatórios em outubro

O setor de papelão ondulado, considerado a embalagem das embalagens, registrou em outubro um crescimento de 1,6% nas vendas, em relação ao mesmo período do ano passado, somando 145.873 toneladas. Os dados são do acompanhamento mensal feito pela ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado. Segundo o presidente da entidade, Paulo Sérgio Peres,

no acumulado dos meses de janeiro a outubro, as vendas atingiram 1.393.305 toneladas, uma evolução de 3,4% em relação as vendas de 98 (1.348.233 toneladas). "Os resultados positivos que o papelão ondulado vem alcançando em 99, deixam claro que, o setor fechará este ano com vendas 4% maiores do que as do ano passado", diz Paulo Peres.

Lyptus é alternativa para as indústrias de móveis e de construção civil



Lyptus é uma madeira ideal para indústrias de móveis, acabamentos sofisticados em construções civis e design de interiores.

Lyptus é o novo conceito de madeira nobre, renovável, produzido pela Aracruz Produtos de Madeira, com tecnologia ambientalmente sustentável. A nova madeira é destinada às indústrias de móveis, acabamentos finos nas construções civis e design de interiores, e comercializada para os mercados internos e de exportação. A Aracruz Produtos de Madeira é uma divisão da Aracruz Celulose, localizada em Posto da Mata, no Município de Nova Viçosa, no sul da Bahia.

O mercado ganha novas linhas de embalagens especiais para o novo milênio

Para comemorar a entrada do ano 2000 chega ao mercado embalagens especiais criadas exclusivamente para valorizar os presentes de baixo custo e dar aos mais caros um toque diferenciado. São duas novas linhas de embalagens, no formato saco, desenvolvidas pela Cromus Embalagens, a primeira batizada Mystic, apresentada em duas cores (prata e azul) com estampas que fazem referência ao esoterismo do Terceiro Milênio, e a linha ano 2000, com design futurista. Estas novas embalagens, além de poderem embalar praticamente tudo, causam efeito, são resistentes e possuem baixíssimo custo.

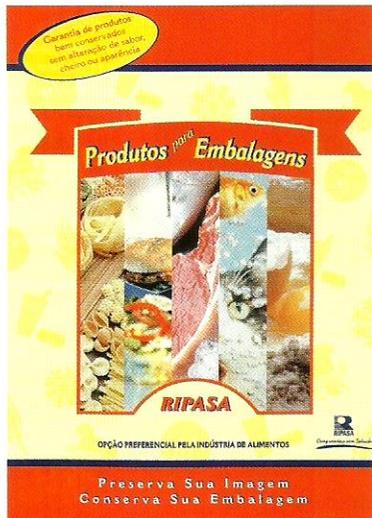
A Cromus Embalagens é uma empresa que praticamente mudou o perfil do setor, através de seus artigos novos e arrojados que ser encontrados em armazéns, lojas de departamento, papelarias, lojas de presentes, supermercados e hipermercados. Mais informações pelo telefone: (11) 273.5600.



As Linhas Mystic e 2000 anunciam o Novo Milênio.

PapelCartão Ripasa atende as necessidades do mercado e lança o mostruário Produtos para Embalagens

Para atender as exigências do mercado, e as do consumidor final, a Ripasa já conta com onze tipos de papel cartão para embalagens, sendo três linhas específicas para armazenagem de produtos. O *Ice Card*, utilizado para produtos congelados, o Barreira à Gordura aplicados em embalagens de *fast food* e *pet food* e o papelcartão duplex, triplex e o Solid Bleached Board, para alimentos em geral. Para consolidar o compromisso da empresa para o mercado, foi desenvolvido o mostruário Produtos para embalagens, contendo amostras de todos os tipos de papelcartão, e a descrição de cada um. Informações pelo e-mail: www.ripasa.com.br



Investimentos

A Peróxidos do Brasil, empresa do Grupo Belga Solvay, anunciou investimentos de US\$ 25 milhões na implantação, no Paraná, da primeira fábrica de clorato de sódio, produto aplicado no branqueamento de celulose e papel. Prevista para operar em dois anos, a nova indústria será constituída junto à matriz da empresa, na Cidade Industrial de Curitiba, que produz peróxido de hidrogênio (água oxigenada) e ácido peracético.



Paulo Schrich,
Diretor Geral
da Peróxidos do Brasil

O futuro ao alcance da mão

print media messe
drupa

Düsseldorf, Alemanha
18 a 31 Maio 2000

**50 anos de mercado mundial de
impressão e de papel: soluções
para os mercados do amanhã**

A liberdade sem limites de informação e de comunicação, a concorrência global e o espantoso progresso técnico, transformam a economia e a sociedade.

A drupa 2000 mostra-lhe como, através da sequência do processo digital, poderá aumentar a sua produtividade empresarial. Desde o pre-media passando pela impressão, desde a encadernação até à transformação do papel e à produção de meios de embalar, com materiais e serviços inovadores. Na maior feira do mundo para os «print-mídia», mais de 1.800 expositores, oriundos de 42 países, apresentam soluções para o seu êxito na concorrência dos meios, dos sistemas e dos processos.

**Venha visitar a drupa 2000, onde
o futuro está ao alcance da mão!**

Mais informações podem ser obtidas através do www.drupa.com ou no seguinte endereço:

MDK Feiras Internacionais S/C Ltda
R. Barão do Triunfo,
238-1º, and cj/14
04602-000 São Paulo-SP
Tel. (011) 533-0878
Fax (011) 530-6041
e-mail: mdk@sti.com.br



Messe
Düsseldorf

“Bracelpa de Resultados”

Mário Hígino N. M. Leonel(*)

Permanentemente preocupada em apoiar as associadas a aprimorar seu desempenho empresarial, a Associação Brasileira de Celulose e Papel, além de todos os estudos de suporte técnico que realiza, bem como de sua atuação política para promover os interesses do setor, adotou o lema *Bracelpa de Resultados*, por inspiração do presidente Boris Tabacof, que uniu a agressividade do *businessman* ao talento político.

Em 1999, desempenhamos uma atividade intensa, em todas as frentes. Elevamos o perfil internacional do Brasil no setor, contratamos um importantíssimo estudo sobre a competitividade atual e futura da indústria brasileira de celulose e papel no cenário internacional, proporcionamos assistência às associadas, tanto na área técnico-industrial como no marketing e tivemos uma intensa atuação junto aos órgãos governamentais.

No *front* externo, além de promover o 40ª Sessão do FAO Advisory Committee on Paper and Wood Products e o International Forum of the Forest and Paper Associations – sendo que, neste fórum, coube à nossa entidade a posição de *chairman* – que trouxeram a São Paulo vários dos maiores líderes empresariais e associativos do setor em âmbito mundial, a Bracelpa desenvolveu intensa atuação junto aos governos de Buenos Aires e de Brasília, bem como junto às empresas do setor na Argentina e no Brasil, visando alcançar um acordo sobre o intercâmbio comercial para papel e celulose entre os dois países. Além de conseguirmos um acordo satisfatório para todas as partes, demos, dessa forma, nossa contribuição para a preservação do Mercosul. Ao lado disso, a Bracelpa também esteve presente em todos os fóruns internacionais de interesse do setor, inclusive lutando nos EUA para evitar a adoção de práticas discriminatórias contra o produto brasileiro no mercado americano.



Continuamos também a oferecer suporte técnico às nossas associadas, em áreas como a legislação ambiental; gestões junto a órgãos governamentais referentes a questões florestais, de produtividade, de reciclagem, de processos *anti-dumping* contra os produtores brasileiros na Austrália, África do Sul e Egito, de certificações etc. Mas sem dúvida a contribuição mais significativa da Bracelpa para o desenvolvimento de nossa indústria foi a realização, por renomados consultores e empresas internacionais, de um estudo sobre a competitividade do setor no cenário mundial, tanto no presente como em anos futuros. Os resultados desse estudo, que será concluído nas próximas semanas, certamente serão de grande valia para a definição das estratégias das empresas participantes.

A Bracelpa teve também grande atuação política junto a todas as autoridades e órgãos governamentais de interesse do setor, notadamente o BNDES e a CAMEX. O secretário executivo embaixador José Botafogo Gonçalves e outros dirigentes da CAMEX – onde o presidente Bóris Tabacof participa como gerente setorial da CAMEX para papel e celulose – estiveram inclusive em visita à nossa sede para discutir com nossos empresários as necessidades e dificuldades do setor. Também o vice-presidente da República, Marco

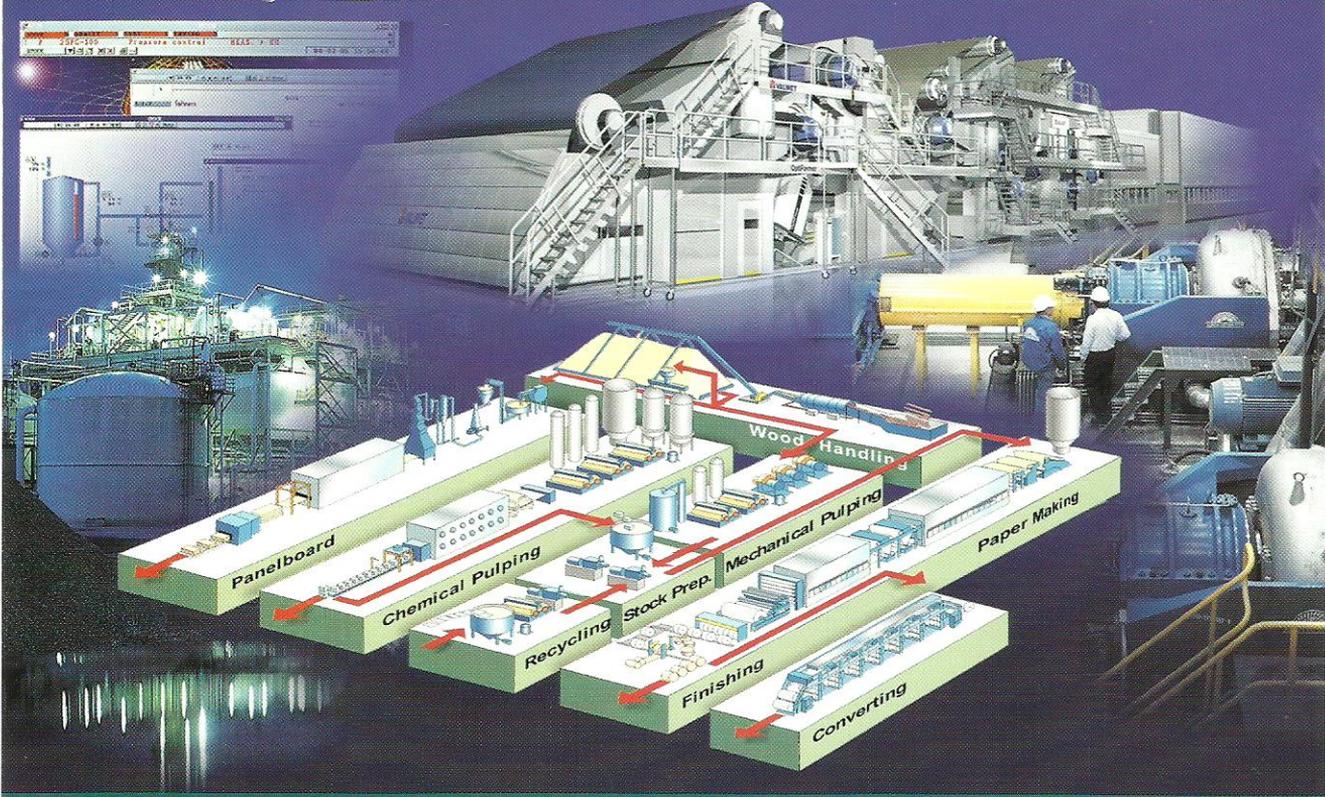
Maciel, esteve na Bracelpa para um encontro com dirigentes de nossas associadas. Além disso, participamos de inúmeras reuniões com os mais diversos dirigentes de Ministérios, Secretarias e Departamentos do governo federal.

Em todos esses contatos, sempre ficaram claros os principais pleitos do setor: disponibilidade de financiamento em volume suficiente e a custo acessível, para indispensáveis expansões industriais; defesa do papel e da celulose brasileiros em face da concorrência internacional; necessidade de suporte para a expansão da base florestal; apoio ao nosso esforço de exportação; defesa tributária, como no caso da recuperação ou desoneração de impostos; e redução da taxa de juros.

Começamos também a dar suporte a segmentos de nossa indústria em seus esforços de marketing, notadamente na campanha do papelcartão – que será intensificada a partir do ano 2000 – e em esforço semelhante que começa a ser estruturado pelo segmento de papel *couché*. No campo da comunicação, a Bracelpa voltou também a produzir este ano seu Relatório Social, uma peça de grande aceitação entre todas as associadas e que ajuda de forma relevante a projetar o perfil institucional de nosso setor, tanto em âmbito nacional como internacional, junto a jornalistas, lideranças políticas e outros multiplicadores de opinião pública.

Assim foi a ação da nossa entidade em 1999, no desempenho de sua missão associativa e empunhando a bandeira da *Bracelpa de Resultados*, e que está se preparando para os novos desafios do ano 2000 e para a superação das metas já alcançadas.

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



S C O P E • S U P P O R T • T E C H N O L O G Y

Uma nova empresa chamada Valmet

Provavelmente já é de seu conhecimento que a Valmet e Sunds Defibrator uniram seus conhecimentos e tecnologias na área de fibras, máquinas de papel e automação. Esta nova organização chamada Valmet Fiber e Paper Technology, ou somente Valmet, atenderá você através de uma rede de serviços no mundo inteiro.

Agora a Valmet oferece inovações como *Gentlefeed*, *Super Batch* e *Thermopulp*. A Valmet também continua com seu revolucionário conceito tecnológico de fabricação de papel denominado *OptiConcept*, bem como com suas soluções para reformas de máquinas, por um lado avançadas tecnologicamente e por outro comprometidas com o meio ambiente.

Unindo nossas competências e capacidades em uma única empresa, e permanecendo a trabalhar com a nossa coirmã, a Neles Automation, continuaremos garantindo que as mais modernas e atuais soluções tecnológicas estejam disponíveis para você.



valmet

A member of Metso Corporation

VOCÊ JÁ DEVE TER RECEBIDO UM CARTÃO NOSSO E NEM SABE.



Pensando na indústria de embalagens, a Klabin



desenvolveu uma linha moderna e diversificada de cartões:



Klabin Boards. Destinada à produção de embalagens



semi-rígidas, essa linha foi criada para atender as

necessidades dos mais variados segmentos do mercado.



Klabin *Liquid* Board, Klabin RIGID Board,



Klabin ~~X~~RIGID Board, Klabin Carrier Board, Klabin FREEZE Board.



Indústrias Klabin Papel e Celulose
100 anos em 1999