

ANO XVI - Nº 67 - 2000

ISSN 01025279

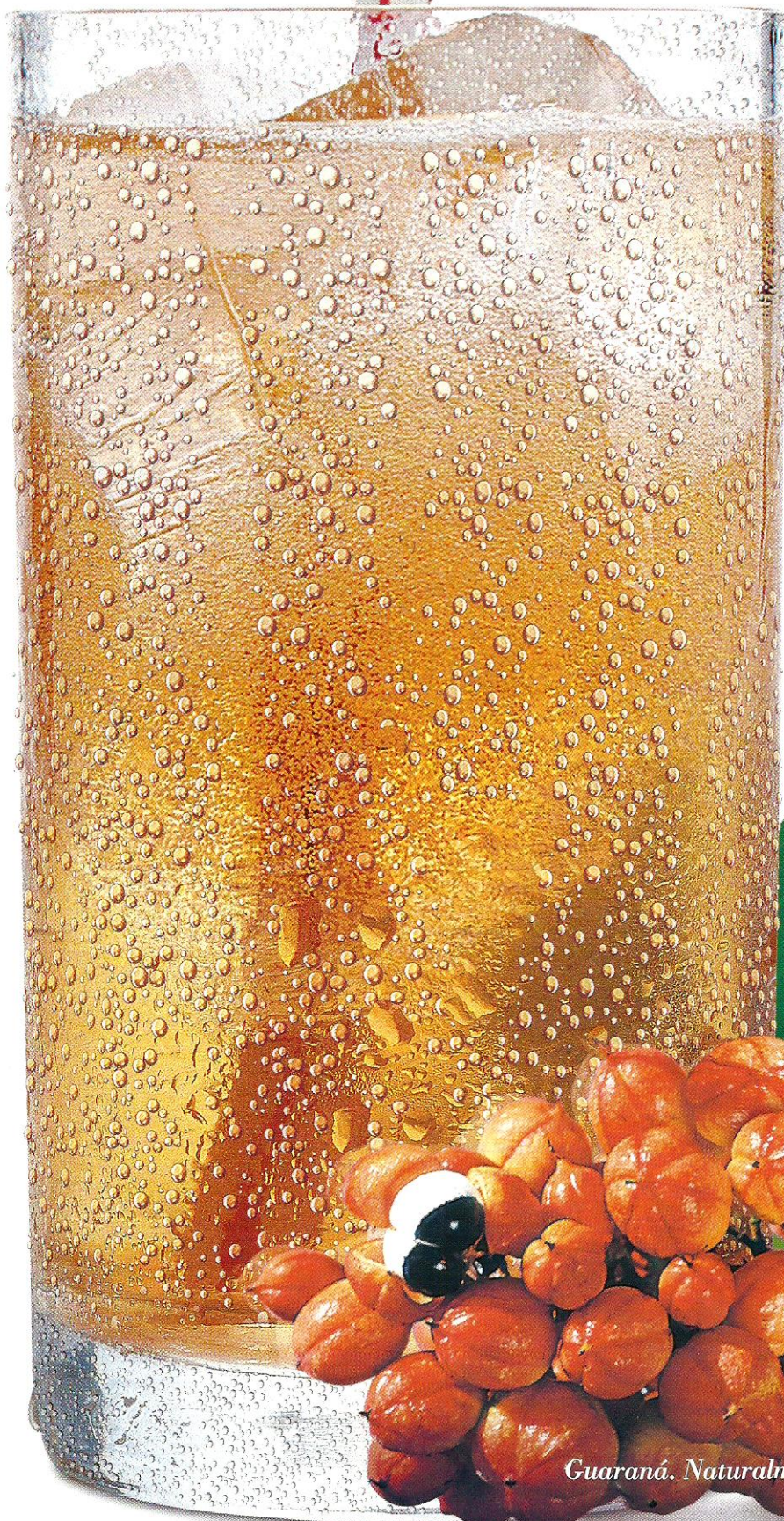
ENTREVISTA  
Geraldo Hoenele

# CELULOSE & PAPEL

*Globalização Acelera  
Fusões*







*Guaraná. Naturalmente Brasileiro.*



COUCHÉ IMAGE. O REFRESCO QUE VOCÊ ESTAVA PRECISANDO.

O papel couché Image da Ripasa é fruto da nossa terra. E veio para dar o maior frescor na hora de escolher um couché à altura dos importados. Tem a mais alta tecnologia em revestimento de papel, padrão de brancura excepcional, incomparável qualidade de impressão, amplo range de gramatura e um resultado final simplesmente brilhante.

Disponível nas gramaturas 90/105/115/130/145/170.

Chega de esquentar a cabeça. Refresque-se com papel couché Image da Ripasa.

**Para maiores informações e amostras disque: 0800 113257.**

[www.ripasa.com](http://www.ripasa.com)



**image**  
O couché da Ripasa

*Naturalmente Brasileiro.*



*Compromisso com Soluções*



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) 3885-1845  
<http://www.bracelpa.com.br>

**Conselho Editorial**  
Alberto Fabiano Pires  
Alfred Freund  
Leomir Trombini  
Mário Hígino 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

**UNIPRESS**  
EMPRESA DE COMUNICAÇÃO

**Diretoria**  
Alaôr José Gomes  
Reginaldo Finotti

**Diretor de Redação e Editor**  
Reginaldo Finotti

**Redação**  
Maroni J. Silva  
Vanessa Cecília da Silva

**Fotos**  
Alex Silva

**Revisão**  
Tânia Teófilo

**Arte e Editoração**  
Ricardo Nabarrete

**Publicidade**  
Rosa Murillo

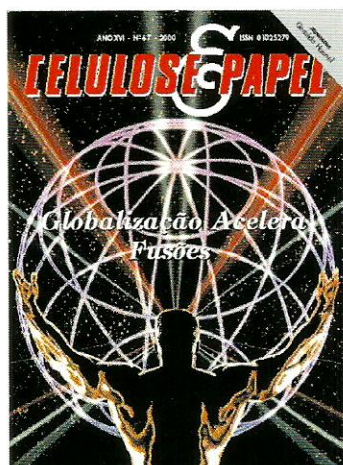
**Relações Públicas**  
Lina Carla Finotti

**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@mteconetnet.com.br](mailto:Unipress@mteconetnet.com.br)

**Fotolitos e Impressão**  
Studio A

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

### CAPA



*A reestruturação de empresas nacionais e internacionais, através de joint-ventures e aquisições vem definindo a economia internacional, formando companhias gigantes. Essas transformações mundiais também já são refletidas no setor.*

6

### IN MEMORIAN

*Jamil Nicolau Aun além de ter sido um executivo bem sucedido à frente da Indústria de Papel Simão, da presidência do SIP - Sindicato da Indústria do Papel Celulose e Pasta de Madeira para Papel, no Estado de São Paulo e da diretoria do Sepaco, dedicou uma parte de sua vida à saúde, atuando na área médica.*

14

### EMPRESA

*Desde de 88, a Lwarcel Celulose e Papel Ltda. vem atuando no mercado. Em 99 produziu 84 mil toneladas de celulose e foi considerada a maior fornecedora de eucalipto branqueada de "mercado" do Brasil. Um dos principais projetos da companhia é a viabilidade de uma caldeira de recuperação para substituir os atuais fornos, investimento este que têm vários objetivos: eliminar o atual gargalo de produção; abrir caminho para uma ampliação significativa no futuro; melhorar a eficiência energética e aprimorar o controle ambiental.*

18

### GENTE

*Geraldo Ribeiro do Valle Haenel, diretor superintendente da Riocell, sempre concilia o trabalho com suas atividades preferidas: esportes, leitura, ir a praia para contemplar o sol, ao teatro e, principalmente, caminhar o que faz todos os dias pelas manhãs.*

22

### E MAIS

<i>Números do Setor</i>	10
<i>Reciclagem</i>	15
<i>Relações de Trabalho</i>	25
<i>Gestão Familiar</i>	28
<i>Noticiário</i>	32
<i>Opinião</i>	34



# Por Uma Política de Exportação

*Boris Tabacof \**

Ao longo dos anos a política industrial vem passando, no Brasil, por uma alternância de fases em que a necessidade de sua implantação é uma unanimidade, seguidas de outros momentos em que todos parecem julgá-la dispensável e “démodée”.

Parece que agora essa preocupação está entrando em novo período de alta, com a crescente formação de uma consciência, no governo e entre os agentes produtivos privados, de que o processo de globalização exige que o Brasil realmente tenha pelo menos uma política de exportação.

Um argumento que se usa freqüentemente contra isso é que os Estados Unidos sempre apregoam que o país não possui uma política industrial, porque não é necessária. Mas é evidente que, ainda que não tenha um documento jurídico ou doutrinário sob esse título, os EUA contam com um conjunto legislativo e estrutural de posicionamentos e medidas que lhe permite ativamente proteger seu mercado e promover seu desenvolvimento tecnológico e suas exportações.

Tanto que a sra. Charlene Barchefsky, chefe do USTR-United States Trade Representative, já declarou em alto e bom som, em entrevista pela TV, que sua função primordial é promover a criação de empregos para americanos nos Estados Unidos.

Situação semelhante se registra na Europa e, no Sudeste da Ásia, nem se fala.



Fica claro, portanto, que não pode o Brasil, nem o Mercosul, continuar a buscar o crescimento de sua inserção mais efetiva no contexto mundial, sem dispor de mecanismos eficazes, que possam ser rapidamente acionados, de defesa comercial e promoção das exportações.

“É preciso, é indispensável, que o nosso e outros setores com potencial de crescimento recebamos do governo, não favorecimentos de que não necessitarmos, mas o apoio efetivo de seus órgãos e autoridades”

A indústria de celulose e papel recebeu recentemente, da dra. Lytha Spindola, titular da SECEX-Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comér-

cio Exterior, o comentário de que estamos perfeitamente preparados para o esforço comercial externo, por sermos grandes e tradicionais exportadores, além de nossa cadeia produtiva se caracterizar por grande coesão entre os agentes que a integram.

Agregando a essa constatação o fato de que contamos com importantes pontos positivos – extensão geográfica, clima favorável, atualização tecnológica e de gestão – resta-nos

transformar essas vantagens comparativas em vantagens competitivas, para podermos crescer, gerar divisas e proporcionar empregos a brasileiros no Brasil.

Isso, evidentemente, não se fará apenas pelo impulso da “mão invisível” do mercado. É preciso, é indispensável, que o nosso e outros setores com potencial de crescimento recebamos do governo, não favorecimentos de que não necessitamos, mas o apoio efetivo de seus órgãos e autoridades – uma consciência que parece estar crescendo no governo e entre os formadores de opinião – para que possamos traduzir o que Deus nos deu e o que nós já construímos em resultados ainda mais concretos para a nação brasileira.

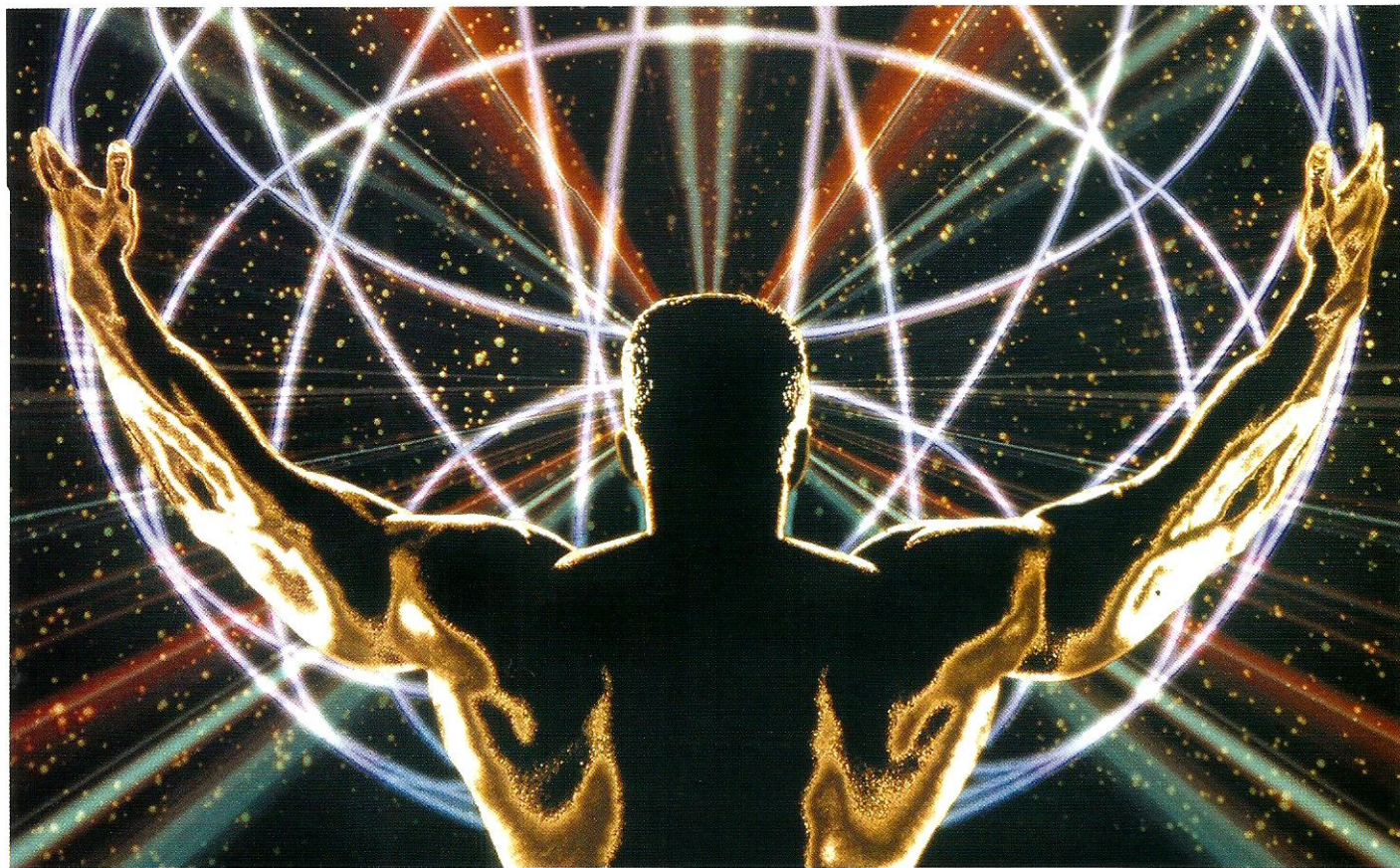
*Boris Tabacof é presidente da BRACELPA - Associação Brasileira de Celulose e Papel.*



# Fusões começam a redesenhar a estrutura mundial do setor de celulose e papel

*A onda de reestruturação de empresas que vem caracterizando a economia mundial, mediante o processo de alianças estratégicas, fusões e aquisições com o objetivo de ganhar escala, reduzir custos, aumentar a competitividade e ampliar a participação no mercado começa a atingir de forma mais intensa o setor de celulose e papel.*

Maroni J. da Silva



No Brasil, o fato mais recente foi a compra, no ano passado, da Papel de Salto, que pertencia à Votorantim Celulose e Papel, pelo grupo franco-britânico Arjo Wiggins Appleton (AWA), além da intensa movimentação do Grupo

Orsa, que por meio da Saga Investimentos e Participações do Brasil, assumiu o controle do Complexo Jari, e da compra da Bacraft e da Lalekla, pela Klabin Kimberly, que detém 25% do mercado brasileiro de papéis sanitários e produtos de higiene e

pretende alcançar uma participação de 35%.

A reestruturação faz parte do processo de consolidação do setor, que segundo um estudo recente divulgado pela Simonsen Associados, sobre a movimentação dos investimentos em



1999, está no limite de sua capacidade de produção. Daí a necessidade do Brasil investir US\$ 8.5 bilhões até 2005, para que sejam mantidas as suas posições no ranking mundial de celulose e papel, sinalizando positivamente para lances mais ousados como a possível fusão da Aracruz, Bahia Sul e Cenibra formando um grande player.

O objetivo é ampliar a capacidade instalada da área de celulose e papel, atingindo níveis de produção compatíveis com a competição no mercado internacional. Para o diretor-presidente da Aracruz, Carlos Augusto Lira Aguiar, que pretende investir R\$ 1,4 bilhão numa nova planta no Espírito Santo, com vistas a duplicar a produção de celulose, a reestruturação é uma

*Diretor-presidente da Aracruz,  
Carlos Augusto Lira Aguiar:*

*“A reestruturação é uma tendência mundial que visa adotar as empresas de condições de crescer e atingir escalas globais, assegurando sua competitividade no mercado, diante de clientes cada vez maiores e globalizados”.*



tendência mundial que visa dotar as empresas de condições de crescer e atingir escalas globais, assegurando sua competitividade no mercado, diante de clientes cada vez maiores e globalizados.

### **Processo de racionalização**

O ponto de partida, complementa Alberto Dias, gerente de vendas da área de papel e celulose da ABB, foi o anúncio da fusão da Stora e da Enso, em meados de 98, seguido pela compra da Union Camp pela International Paper, e que continua em ritmo acelerado com a recente união entre a UPM-Kymmene e Champion International e da compra da Donohue Inc, pela Canadense Abitibi-Consolidated Inc., maior fabricante mundial de papel jornal, por US\$ 5,9 bilhões. Outro destaque foi a compra da norte-americana Consolidated Paper Inc, pelo grupo nórdico Stora Enso Corp, por US\$ 4,5 bilhões, proporcionando a criação da maior produtora de papel e papelão do mundo. Em sua opinião, essa movimentação do mercado ocorre após o processo de racionalização, no qual as empresas buscavam compensação da redução de margens através de programas como

Downsizing e diminuição de custos que culminou com o anúncio do fechamento de várias unidades de porte. A fusão, segundo ele, é a maneira mais rápida e econômica para recuperação das margens através do incremento da escala de produção e uma maior participação no mercado nacional e externo. Outro aspecto referido pelo gerente da ABB, é que a boa performance do setor no ano passado e a desvalorização do real, passaram a representar um atrativo para o capital internacional investir em celulose e papel.

Vários exemplos atestam esse interesse. Um deles foi a junção de forças entre a finlandesa Stora-Enso com a Odebrecht, anunciando um investimento de US\$1,5 bilhão na Veracel, no sul da Bahia, para a construção de uma unidade com capacidade para produzir 750 mil toneladas/ano de celulose de eucalipto. Alberto Dias cita também a compra da Inpacel pela Champion e a associação da Klabin com a Kimberly Clark no segmento de papel tissue. No passado, explica o diretor geral do grupo, Josmar Verillo, “o setor foi muito focado em produção. Mas isso está mudando de forma positiva e o mercado tem se tornado um elemento importante nas decisões de investimento”. O acionista também



*Gerente de vendas da área de papel e celulose da ABB, Alberto Dias:*

*“Essa movimentação do mercado ocorre após o processo de racionalização, no qual as empresas buscavam compensação da redução de margens através de programas como Downsizing e diminuição de custos que culminou com o anúncio do fechamento várias unidades de porte”.*



está mudando sua postura, observa, exigindo retorno ao capital investido. E isso obriga os administradores a pensarem no custo de capital e a se disciplinarem com relação à proposição de investimentos.

Verillo acrescenta que “com decisões mais racionais de investimento, o mercado fica mais equilibrado entre oferta e demanda e os preços não sofrem tantas oscilações, as quais representam um veneno para as companhias, quando acontecem de forma muito brusca”. A estabilidade de preço também é importante para o consumidor, diz ele, pois ele pode planejar melhor as suas atividades. Em sua opinião, investir em aumento de capacidade em hora errada pode levar as empresas a dificuldades financeiras insuperáveis. Uma gestão eficiente implica gerar riqueza, segundo Verillo, o que na prática significa agregar algo acima do custo de capital, cumprindo, inclusive, uma obrigação social, o que é bom para as economias brasileira e mundi-



Diretor geral do grupo Klabin,  
Josmar Verillo:

*“O setor foi muito focado em produção. Mas isso está mudando de forma positiva e o mercado tem se tornado um elemento importante nas decisões de investimento”.*

al. “A indústria que não gera o seu custo de capital está destruindo riqueza, o que não é bom para nenhum país do mundo”. No caso da Klabin, Verillo explica que “a empresa tem uma estratégia muito clara, de focar em alguns negócios, priorizando os investimentos. Estamos mudando o nosso mix de produtos, reduzindo a participação de commodities e redefinindo o negócio da principal atividade, que passa a ser de soluções de embalagens. Isso tudo está produzindo muitos efeitos positivos. Além das aquisições da Lalekla e da Bacraft, vamos continuar a estudar oportunidades nas áreas em que estamos focados”.

Há um consenso entre os empresários que a indústria papelreira mundial é uma das mais fragmentadas, se comparada com os setores automobilístico, químico, de aviação e petrolífero. Neste caso, a fusão de empresas é um excelente corretivo em termos de competitividade, aumento de escala de produção e busca de novas tecnologias, segundo Clodoaldo Perone, diretor-superintendente da Hércules do Brasil, líder mundial no fornecimento de produtos químicos utilizados para colagem interna e superficial do papel, com um faturamento da ordem de US\$ 3,5 bilhões/ano. O economista André Castello Branco, sócio-diretor da KPMG, que realiza periodicamente estudos sobre fusões e aquisições, concorda com Perone e acrescenta que a maior fabricante brasileira de celulose (Aracruz) se torna pequena comparada com suas concorrentes internacionais. Pelos dados da KPMG, em 1999 os negócios envolvendo fusões e aquisições cresceram 47% em nível mundial, movimentando algo em torno de US\$ 798 bilhões. Somente na América Latina foram movimentados US\$ US\$ 36 bilhões.

#### O novo cenário da celulose e papel

Mas o setor de ainda está longe de ser o mais concorrido. O líder absoluto

é o de telecomunicações, seguido por alimentação e produtos químicos. Um dos fatores inibidores de fusões no segmento brasileiro, segundo Ademar Magon, diretor da Companhia Suzano, é a estrutura acionária das empresas. Comparadas com as gigantes mundiais, observa, as empresas brasileiras ainda possuem dimensões discretas para capturar sinergias muito significativas. “Outro fator impeditivo é a limitação do mercado brasileiro. O consumo aparente de papéis é ainda muito baixo no Brasil e, qualquer tentativa de crescimento de capacidade tem que se dar pelo lado da exportação, o que implica competir com empresas gigantes. Num eventual ciclo de baixa de preços, essas empresas vendem produtos a custo marginal e com financiamentos atrativos, pois operam com custo financeiro muito mais baixo do que o brasileiro”. Magon entende também que o conceito deva ser melhor analisado, pois não basta apenas fundir duas estruturas, complementares ou não; é preciso avaliar o retorno dos investimentos realizados e se o correto gerenciamento futuro agregará valor ao negócios. É insensato querer extrair resultados cada vez melhores se não há mudanças nos processos”.

Pela avaliação de Magon, o processo de mudança que se verifica no setor papelheiro brasileiro decorre mais por razões de sobrevivência econômica de uma das partes do que por estratégias conjuntas de ganho de mercado, escala para competir em nível internacional, verticalização ou benefícios da expansão geográfica. Ele acrescenta que em momentos de recuperações de preços, as companhias se preocupam menos com fusões. “Na Suzano, não esmorecemos no dever de casa, objetivando redução de custos e melhoria de eficiência, com a implementação de várias ações táticas buscando aumentar produtividade e rentabilidade na unidade de negócios Suzano Papel. Instalamos um novo sistema de gestão empresarial, fechamos uma unidade pouco competitiva e realizamos uma série de mudanças nos



processos. Introduzimos também um programa envolvendo os funcionários, focado na melhoria contínua e estamos adotando atitudes diferenciadas junto aos clientes, inclusive oferecendo novos produtos desenvolvidos a partir dos anseios do mercado. Tudo isso proporcionou a melhoria de resultados ao longo de 1999”.

Contudo, mesmo ocorrendo em menor escala, as fusões vêm alterando significativamente o perfil da indústria papelreira no Brasil, formado por mais de 180 plantas, 80% das quais centradas em São Paulo, Paraná e Santa Catarina. Entre as mudanças mais significativas ocorridas no mercado brasileiro, segundo os analistas, destaca-se a reestruturação estratégica da Klabin, principalmente depois da formação da joint-venture entre a Klabin e a norte-americana Kimberly-Clark, dando origem à Klabin Kimberly, maior fabricante brasileira de papéis absorventes e sanitários. O objetivo da aliança, reforçada posteriormente pela compra da Bacraft e da Lalekla, foi de aumentar o market share da empresa no segmento de papéis tissue e, ao mesmo tempo, agregando valor ao mix.

A compra da Bacraft, por exemplo, que envolveu investimento da ordem de R\$ 37,5 milhões, permitiu à empresa ampliar sua participação no mercado, já que ela atua basicamente na produção e venda de papéis sanitários, como fabricante do Confortex, Florenza e Folha Dupla. Por outro lado, a empresa também reposiciona a Klabin do ponto de vista logístico, pois está localizada na Bahia, enquanto as principais plantas da Klabin encontram-se no sul do país. Deslocar a produção na direção norte e nordeste faz parte da estratégia do grupo de se aproximar mais do cliente e, ao mesmo tempo, reduzir custos com frete. Já a aquisição da Lalekla, da Dixie Toga, marca a entrada da Klabin no chamado mercado institucional de produtos de higiene pessoal, como toalhas de papel, papel higiênico etc. para restau-

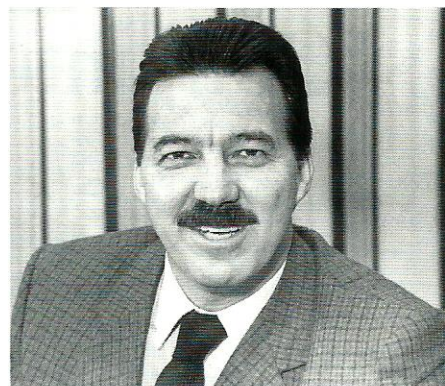
rantes, hotéis e empresas em geral e que no Brasil movimenta algo em torno de 60 mil toneladas/ano, dos quais a Lalekla responde por cerca de 40% logo depois da Melhoramentos, que também é um tradicional fornecedor desses produtos.

Outro fato relevante, segundo os analistas, foi a transferência da Papel Salto para a Wiggins. Isso porque, de um lado, a VCP passou adiante uma empresa que estava fora de seu foco de atuação, reforçando o seu direcionamento estratégico mais voltado a papéis de imprimir e escrever (revestido e não revestido), inclusive de alta tecnologia. E por outro lado, a conclusão de um negócio envolvendo R\$ 42 milhões e que durou seis meses, abriu espaço para o grupo franco-britânico se expandir de acordo com sua linha estratégica.

O objetivo do grupo que era sócio minoritário da Salto é conquistar a liderança na América Latina no segmento de papéis especiais, ampliando a capacidade instalada de 17 mil toneladas/ano para 24 mil toneladas em 2002. Trata-se de um setor, cuja expansão depende da evolução do grau de sofisticação da economia. Mesmo com toda essa movimentação, o setor de celulose e papel ainda cultiva o hábito de falar pouco sobre o assunto. Porém, muitas informações acabam vazando por canais indiretos, principalmente em corretoras que acompanham o dia-a-dia das empresas em busca de oportunidade de negócios para os investidores. O Grupo Orsa, por exemplo, constituído de empresas que atuam no segmento florestal, de celulose e papel e de embalagens preferiu o silêncio ao invés de dar detalhes sobre o negócio fechado por sua controlada, a Saga Investimentos e Participações do Brasil, assumindo o controle da Jari.

### **Certezas do futuro**

Muitas mudanças ainda são esperados no setor de celulose e papel. As fusões e incorporações deverão



*Diretor da Cia. Suzano de Papel e Celulose,  
Ademar Magon:*

*“O consumo aparente de papéis é ainda muito baixo no Brasil e, qualquer tentativa de crescimento de capacidade tem que se dar pelo lado da exportação, o que implica competir com empresas gigantescas. Num eventual ciclo de baixa de preços, essas empresas vendem produtos a custo marginal e com financiamentos atrativos, pois operam com custo financeiro muito mais baixo do que o brasileiro”.*

redesenhar a sua estrutura, tornando-a inclusive mais atrativa perante os investidores. No geral, as empresas melhoraram a saúde financeira, graças à recuperação dos preços no mercado internacional e ao ganho de margem decorrente da desvalorização cambial, mas também aumentaram o passivo, pois grande parte das dívidas estavam indexadas ao dólar. Mas o cenário futuro é de franca recuperação do setor, dadas as projeções de crescimento da demanda, inclusive em nível mais elevado do que a adição de novas capacidades, o que indica que a remuneração do capital também se dará em proporções adequadas.



# Conjuntura mostra recuperação no Setor de Celulose e Papel

*O mercado de celulose e papel tem se mantido dinâmico neste início de ano, sustentando a tendência observada ao final do ano passado de contínua e consistente recuperação dos preços internacionais.*

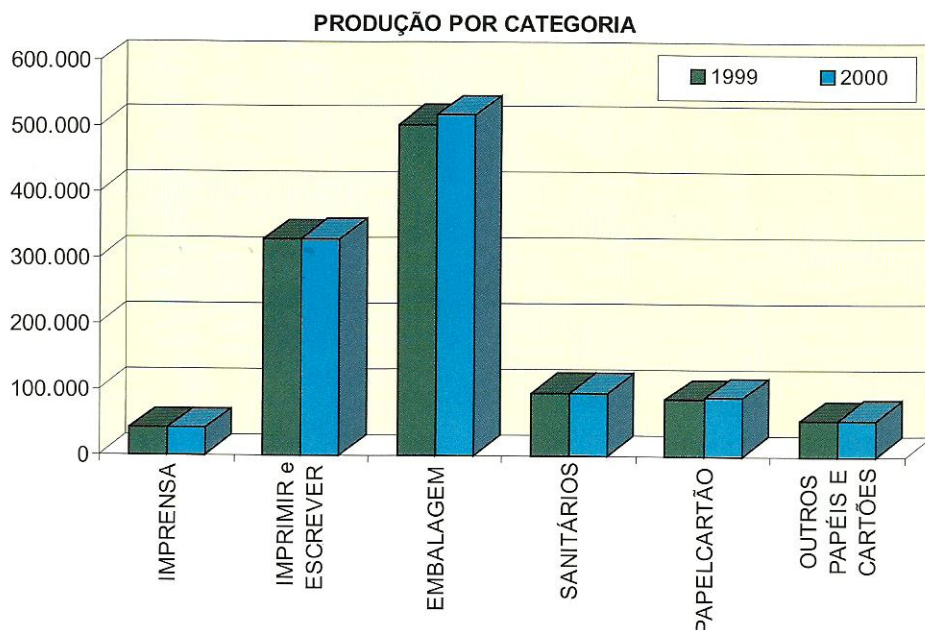
No final do primeiro trimestre começaram a ser postos em prática os preços previamente anunciados pelos produtores canadenses e norte-americanos: a tonelada de celulose de eucalipto passou a ser negociada a US\$650. O seu preço no início de 1999 chegou a cair a nível considerado baixíssimo de US\$400/tonelada.

As causas são conhecidas: projetos de implantação de novas unidades industriais adiados, fábricas obsoletas ou em total afronta ao meio ambiente fechadas, sobretudo nos Estados Unidos. O esperado excesso de oferta prometido pelos projetos asiáticos, principalmente da Indonésia, não aconteceu e a Ásia voltou, impulsionada por um bom índice de crescimento da sua economia, a ser compradora da celulose mundial. A consequência observou a lei mais forte do mercado, a da oferta e da procura: os estoques baixaram a níveis normais, a demanda cresceu impulsionada pelos bons resultados do crescimento mundial da economia e os preços sobem numa escalada natural de recuperação lenta, mas progressiva. É bom não esquecer que em época passada a tonelada de celulose já esteve num patamar de US\$900.

PRODUÇÃO POR CATEGORIA			
PRODUÇÃO DE PAPEL - Em toneladas	jan-fev/99	jan-fev/00*	Var. %
	<b>1.104.726</b>	<b>1.124.191</b>	<b>1,8</b>
IMPRESSA	40.321	40.894	1,4
IMPRIMIR e ESCREVER	327.174	328.885	0,5
EMBALAGEM	503.559	518.162	2,9
SANITÁRIOS	94.714	94.150	-0,6
PAPELCARTÃO	85.300	87.262	2,3
OUTROS PAPÉIS E CARTÕES	53.658	54.838	2,2

\* Dados Preliminares

Fonte: BRACELPA





A novidade neste novo ciclo setorial de expansão deu-se em março, quando, pela primeira vez, a elevação do preço da celulose carregou, também, o preço do papel. Cerca de 5 a 7%, conforme o tipo do produto.

Dentro desse quadro a produção brasileira fortaleceu-se na ponta das vendas, com destaque para as exportações. O pouco mais de US\$1 bilhão de vendas externas do início da década de 90 elevou-se a US\$2,2 bilhões em 1999.

## EXPORTAÇÕES

As vendas externas de celulose brasileira tiveram seu maior mercado na Europa, com 42%, vindo logo a seguir a Ásia e a América do Norte, com 28% cada região. No segmento de papel, produto com maior valor agregado, nossos principais mercados foram a América Latina (58%), Europa (17%) e América do Norte (11%).

Um mercado comprador e a recuperação dos preços podem ser o indutor da retomada dos programas de investimentos das fábricas brasileiras. No período de 1989 até 1994 as inversões feitas no segmento somaram US\$6,7 bilhões; entre 1994 e 1998, foram investidos outros US\$3 bilhões na expansão setorial e, no dias de hoje, estão em curso investimentos ao redor de US\$2 bilhões no Brasil. Institutos internacionais de pesquisa mostram que, nos próximos anos, a demanda mundial deverá crescer a uma taxa média de 2,7% ao ano para a celulose, principalmente a celulose de fibra curta, cujo incremento deverá situar-se em 4,6%. A demanda mundial de papéis, nos próximos anos, deverá crescer na média anual de 2,8%.

“Este início de ano mostrou-se muito bom. Como os estoques mundiais mostram-se bastante baixos e estão programadas numero-

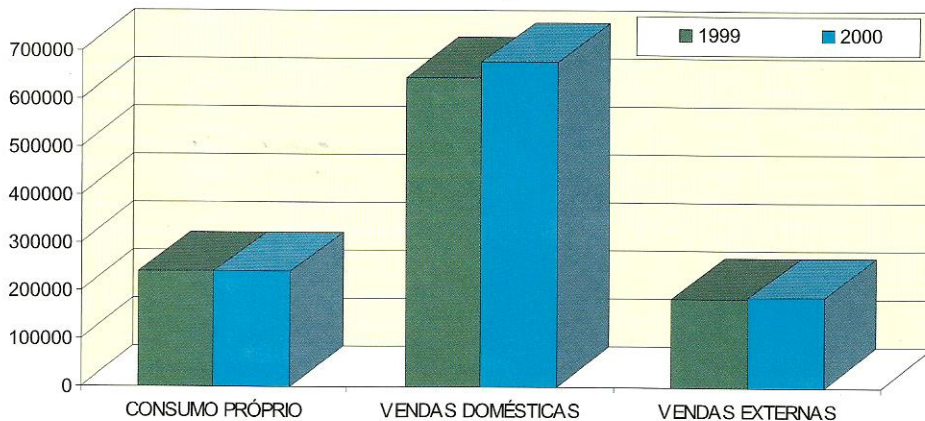
## DESTINO DA PRODUÇÃO DE PAPEL - EM TONELADAS

DESTINO DA PRODUÇÃO DE PAPEL - EM TONELADAS			
CONSUMO PRÓPRIO	jan-fev/99	jan-fev/00*	Var. %
	<b>237.843</b>	<b>238.845</b>	<b>0,4</b>
IMPRESSA	0	0	0,0
IMPRIMIR e ESCREVER	5.236	3.864	-26,2
EMBALAGEM	230.936	233.199	1,0
SANITÁRIOS	0	0	0,0
PAPELCARTÃO	500	485	-3,0
OUTROS PAPÉIS E CARTÕES	1.171	1.297	10,8
VENDAS DOMÉSTICAS	jan-fev/99	jan-fev/00*	
	<b>644.658</b>	<b>675.726</b>	<b>4,8</b>
IMPRESSA	34.974	35.639	1,9
IMPRIMIR e ESCREVER	194.511	212.027	9,0
EMBALAGEM	206.874	213.080	3,0
SANITÁRIOS	92.373	92.650	0,3
PAPELCARTÃO	66.730	71.560	7,2
OUTROS PAPÉIS E CARTÕES	49.196	50.770	3,2
VENDAS EXTERNAS	jan-fev/99	jan-fev/00*	
	<b>185.000</b>	<b>185.727</b>	<b>0,4</b>
IMPRESSA	3.849	2.667	-30,7
IMPRIMIR e ESCREVER	121.672	106.218	-12,7
EMBALAGEM	52.024	54.296	4,4
SANITÁRIOS	838	1.580	88,5
PAPELCARTÃO	4.492	17.762	295,4
OUTROS PAPÉIS E CARTÕES	2.125	3.204	50,8

\* Dados Preliminares

Fonte: BRACELPA

## DESTINO DA PRODUÇÃO DE PAPEL





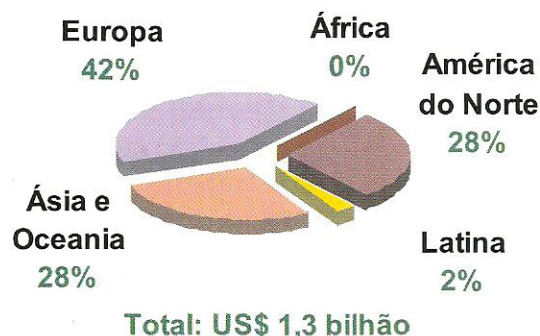
sas paradas de máquinas para manutenção, a demanda deverá permanecer aquecida, podendo puxar os preços novamente neste abril”,

analisa o vice-presidente de celulose de mercado da Bracelpa, Carlos Aguiar.

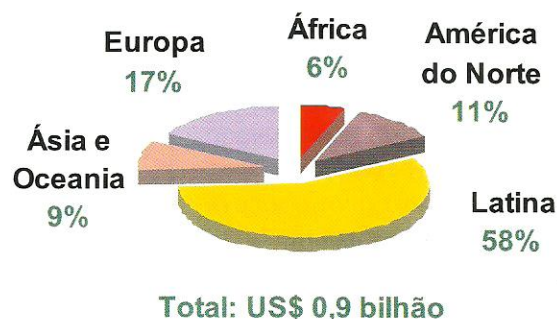
No primeiro bimestre do ano a

produção brasileira cresceu tanto na área de celulose quanto de papel, sustentando um crescimento dos volumes de exportações.

### Exportações Brasileiras de Celulose por Região 1999



### Exportações Brasileiras de Papel por Região 1999

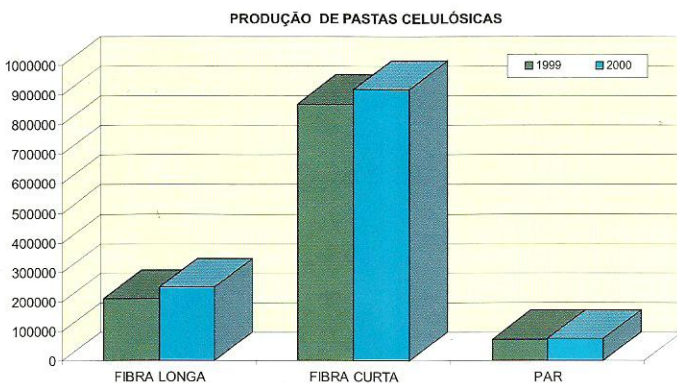


### PRODUÇÃO DE PASTAS CELULÓSICAS - Em toneladas

	jan-fev/99	jan-fev/00*	Var. %
<b>TOTAL</b>	<b>1.152.829</b>	<b>1.242.825</b>	<b>7,8</b>
<b>FIBRA LONGA</b>	<b>210.041</b>	<b>250.569</b>	<b>19,3</b>
Branqueada	15.195	11.999	-21,0
Não Branqueada	194.846	238.570	22,4
<b>FIBRA CURTA</b>	<b>869.032</b>	<b>917.532</b>	<b>5,6</b>
Branqueada	831.963	869.519	4,5
Não Branqueada	37.069	48.013	29,5
<b>PAR</b>	<b>73.756</b>	<b>74.724</b>	<b>1,3</b>

\* Dados Preliminares

Fonte: BRACELPA

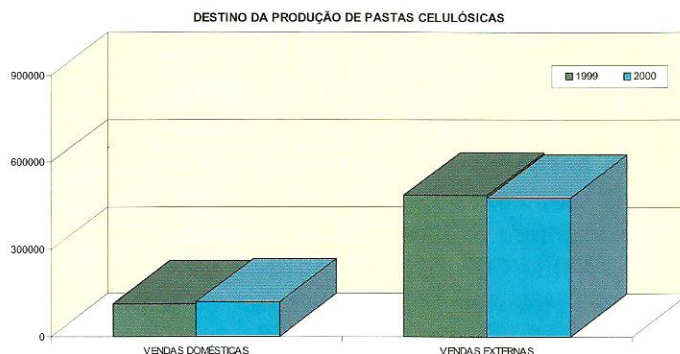


### DESTINO DA PRODUÇÃO DE PASTAS CELULÓSICAS

Em toneladas			
	jan-fev/99	jan-fev/00*	Var. %
<b>VENDAS DOMÉSTICAS</b>	<b>112.722</b>	<b>119.697</b>	<b>6,2</b>
<b>FIBRA LONGA</b>	<b>8.552</b>	<b>9.952</b>	<b>16,4</b>
Branqueada	3.886	3.861	-0,6
Não Branqueada	4.666	6.091	30,5
<b>FIBRA CURTA</b>	<b>94.595</b>	<b>100.997</b>	<b>6,8</b>
Branqueada	91.658	98.132	7,1
Não Branqueada	2.937	2.865	-2,5
<b>PAR</b>	<b>9.575</b>	<b>8.748</b>	<b>-8,6</b>
<b>VENDAS EXTERNAS</b>	<b>487.267</b>	<b>479.806</b>	<b>-1,5</b>
<b>FIBRA LONGA</b>	<b>86</b>	<b>114</b>	<b>32,6</b>
Branqueada	0	0	0,0
Não Branqueada	86	114	32,6
<b>FIBRA CURTA</b>	<b>486.889</b>	<b>479.400</b>	<b>-1,5</b>
Branqueada	481.978	474.478	-1,6
Não Branqueada	4.911	4.922	0,2
<b>PAR</b>	<b>292</b>	<b>292</b>	<b>0,0</b>

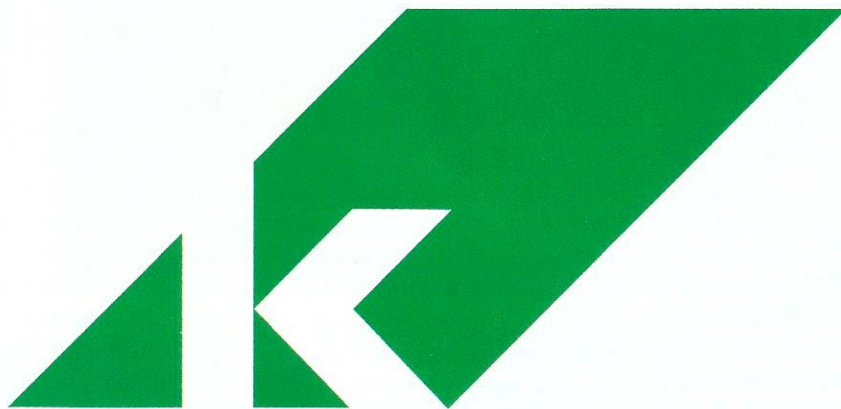
\* Dados Preliminares

Fonte: BRACELPA





# Grandes marcas não se apagam. Rejuvenescem.



DPZ

**É assim que você vai reconhecer a Klabin daqui para a frente.**

A Klabin chega ao ano 2000 com uma nova marca. Ela é mais simples e de fácil percepção. A nova marca resume um conceito que é a filosofia da empresa: a evolução.



**Klabin**



# Setor perde um dos principais idealizadores do Sepaco

*Uma personalidade decisiva para o sucesso do hospital; um homem ativo e interessado pela ascensão do segmento, Jamil Nicolau Aun certamente já é saudade*

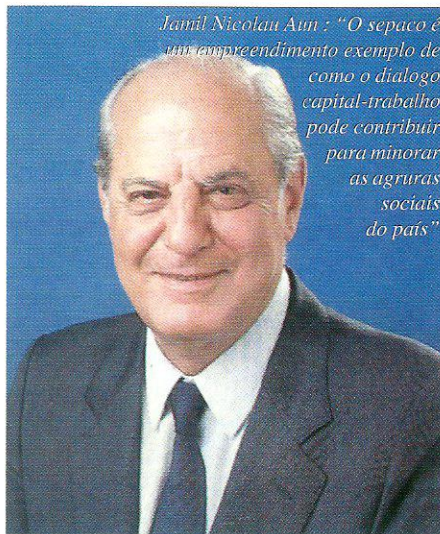
“Um empresário que não assume decididamente suas responsabilidades, não pode ser chamado de empresário”. Esta frase, dita por Jamil Nicolau Aun, que faleceu no dia 28 de dezembro de 1999, expressa um trabalho sério, principalmente reconhecido pelos colegas do setor.

Antes de ser um executivo bem sucedido à frente da Indústria de Papel Simão, da presidência do SIP - Sindicato da Indústria do Papel Celulose e Pasta de Madeira para Papel, no Estado de São Paulo e da diretoria do Sepaco, Jamil dedicou uma parte de sua vida à saúde, atuando na área médica. “Segui carreira universitária durante 15 anos. Depois, por circunstâncias do destino, tive que largar tudo e me direcionar à indústria. Mas ali também continuei desenvolvendo a assistência médica, porque era um setor totalmente desamparado”, declarou Aun certa vez.

Durante 22 anos, de 1971 a 1993, foi presidente SIP. “Jamil Aun era sinônimo de papel e celulose. Foi uma grande perda”, lembra o amigo Dante Ramenzoni, presidente da Papyrus, que atuou ao seu lado no Sindicato. “Mesmo afastado das atividades, ele fazia questão de encontrar os amigos e saber como andavam as atividades do segmento. Era muito dedicado. Sem dúvidas, ele foi um dos responsáveis por levar o setor à posição de destaque em que se encontra”, ressalta Ramenzoni.

Em 90, Jamil Nicolau recebeu o título de “Personalidade do Ano” que foi oferecido pela ANAVE. No mesmo evento, a Simão foi premiada como a “Empresa do Ano”. “Inteligente, líder, dinâmico, carismático nas negociações com os trabalhadores, e, principalmente, muito respeitado. Uma personalidade marcante, tanto na área sindical como empresarial. No Sepaco fez uma gestão brilhante. Aprendi muito com ele”, definiu Rui Haidar, presidente da Santher.

Um homem atuante que exerceu importantes atividades que devem ser lem-



*Jamil Nicolau Aun: “O Sepaco é um empreendimento exemplo de como o diálogo capital-trabalho pode contribuir para minorar as agruras sociais do país”*

bradas: foi Vice-presidente da Ciesp-Centro das Indústrias do Estado de São Paulo, Diretor do Departamento de Comércio Exterior da Fiesp, integrou o Conselho de Administração da AEB- Associação de Comércio Exterior do Brasil e foi Vice-presidente Executivo do Conselho Superior de Comércio Exterior da FIESP.

**Lembranças:** Jamil era o caçula de nove filhos de um casal de imigrantes libaneses que vieram para o Brasil, em 1889, dias antes da Proclamação da República. O seu pai, Nicolau Calil Aun, era mascate, e conseguiu construir um bom patrimônio que acabou perdendo por ocasião do “crash” da bolsa de NY, em 1929. Não por investimentos na bolsa, mas pela crise que atingiu o Brasil, gerando a chamada “moratória interna”. Ele não concordou com a referida moratória, preferindo sacrificar seus bens pessoais para saldar suas dívidas. O mesmo não aconteceu com seus devedores que lhe aplicaram o conhecido “calote”. A mãe Atur Aun, exerceu sempre suas atividades do lar e dedicou-se exclusivamente aos filhos.

Mesmo tendo passado por problemas financeiros, Aun, formou-se em Medicina em 46, pela USP – Universidade de São Paulo, com a ajuda de suas irmãs que custearam os seus estudos, onde especializou-

se em Moléstias do Tórax. Atuou como professor de Moléstias Pulmonares na Universidade Católica de Sorocaba, conquistando em 52 o Prêmio Alvarenga, considerado a maior Lâurea outorgada pela Academia Brasileira de Medicina, e o convite oficial para representar a entidade no Congresso de Tisiologia realizado no Rio de Janeiro. Ainda foi co-autor do livro “O Moderno Dispensário Anti-Tuberculoso”.

Em 1955, casou-se com Dulce Racy, filha dos fundadores das Indústrias de Papel Simão, Karam Simão Racy e Latife Simão Racy. Dessa união nasceram as filhas Vera e Célia que lhe deram cinco netos. Em 61, convidado pelo sogro, deixou a medicina para ser um colaborador na Papel Simão. Após a morte de Karam e do cunhado Omar, assumiu o comando da fábrica, onde permaneceu até 92, época em que o controle acionário da fábrica foi vendido ao Grupo Votorantim.

**Saúde e respeito:** Um multifuncional que lutou pelo entendimento entre empresários e trabalhadores do setor, Jamil assumiu a presidência do Sepaco, em 1968, e lá permaneceu durante 24 anos. “Ele estabeleceu uma visão de futuro e implementou, conjugando idealismo com pragmatismo e capacidade de trabalho. Exercia uma liderança carismática e por competência, estando à frente das tendências em voga ao trabalhar em equipe, com delegação de responsabilidades e foco nos resultados”, diz o diretor superintendente da Votorantim, Raul Calfat.

O lema do Hospital sempre foi o compromisso com a qualidade e com a saúde, assunto esse levado a sério pelo Dr. Aun, que certa vez disse, orgulhoso: “O Sepaco é um empreendimento exemplo de como o diálogo capital-trabalho pode contribuir para minorar as agruras sociais do país”. O hospital já foi destaque por apresentar o menor índice de infecção hospitalar do Brasil (menção da ONU). Hoje o Sepaco, localizado na rua Vergueiro, atende cerca de 90 mil usuários ligados ao setor.



# Cursos de papel artesanal fazem sucesso em instituições

*A arte de reciclar papel vai além das vantagens que são propiciadas ao meio ambiente. As técnicas "caseiras" de reciclagem estão sendo adotadas por instituições que vêm obtendo resultados positivos.*

*Vanessa Cecília da Silva*

**H**á 100 anos, juntamente com o início da fabricação do papel, começava no Brasil a se desenvolver o processo de reciclagem. Já em 1998, das 181 empresas fabricantes de papel, 121 se enquadraram recicladoras e responderam por 33,3% da produção brasileira de papel de todos os tipos. Atualmente, os principais países recicladores são: Alemanha, 71,6%; Suécia, 54,8%; Japão, 52,7%; e os Estados Unidos, 47%. "O volume de papel recuperado depende essencialmente da quantidade e do tipo de papel consumido em um país ou região", explica o consultor de reciclagem da Bracelpa, Alberto Fabiano Pires.

No Brasil, em 98, cerca de 43,3% dos papéis consumidos, corresponderam a embalagens em geral, destacando-se o papelão ondulado que é utilizado no transporte de mercadorias em supermercados, lojas de departamentos e estabelecimentos fabris. "Por isso, não é de se admirar que 61,6% dos papéis recuperados no ano passado sejam de papelão ondulado", ressalta o consultor. Além dos papéis para embalagem, outros tipos também são recicláveis, como os de jornal, os de imprimir, os cartões e as cartolinas. A reutilização de papel no País vem se destacando, na medida em que contribui para a preservação e conservação do meio ambiente e para a solução do destino do lixo urbano. Além desses atributos, essa atividade vem "reciclando" o modo de vida de inúmeras pessoas que buscam novos horizontes profissionais e realizações pessoais

## Promovendo a reciclagem

O Centro de Habilitação Promove atende, hoje, 1.800 crianças, adolescentes e



*Os alunos aprendem, por exemplo, a identificar os tipos de papéis, os tamanhos dos espirais e as cores primárias. Na foto, uma técnica de pintura com tinta plástica e papel cartão.*

adultos com necessidades especiais (deficiências mentais, auditivas e físicas). A entidade foi fundada em 89, e tem como principal missão oferecer as essas pessoas oportunidades para potencializar suas capacidades, abrindo espaços no ambiente social para que exerçam livremente seus direitos de cidadania. São oferecidas atividades nas áreas de saúde, educação, profissionalização e cultura, além de um atendimento social à família.

Uma das iniciativas do Promove é o "Programa Educar no Trabalho" que engloba várias atividades profissionalizantes como artesanato e costura, panificação e confeitaria, jardinagem, serigrafia, reciclagem e cartonagem, entre outros. "O programa é dividido em etapas de formação profissional visando preparar o indivíduo para enfrentar o mercado de trabalho. Além disso, os alunos

recebem, ao término do curso, o certificado do Senai", ressalta a coordenadora do Centro de Desenvolvimento de Projetos e Apoio Técnico, Olga Cristiane Lembo Aguado.

Um dos cursos mais requisitados no PROMOVE é o de reciclagem e cartonagem. A oficina nasceu da necessidade de obter melhor qualidade nos materiais utilizados, diminuir o custo, além de contribuir para ampliar a conscientização da ecologia. Dá condição de apreciação, competitividade e aceitação do seu produto no mercado. "Atualmente se faz necessário realizar um trabalho de proteção ao meio ambiente. Nesse programa, os alunos percebem a importância da preservação da natureza e da melhoria da qualidade de vida", explica a coordenadora.

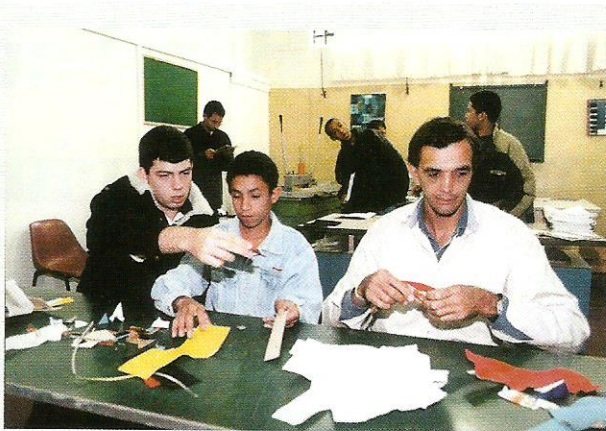
As aulas são divididas em dois turnos, manhã e tarde, cada um com 15



alunos. Esses jovens aprendem todas as etapas de cartonagem e reciclagem de papel. “Eu sempre digo que nós somos caçadores de dons, por isso, é analisada a dificuldade de cada um. Nas aulas eu incentivo o que cada aluno sabe fazer de melhor”, diz o professor de reciclagem, o artista plástico Antônio Carlos da Silva. Na primeira etapa, os jovens aprendem a conhecer os tipos de papéis mais utilizados na cartonagem: papel sulfite, o marmorizado, o contact, para presente e o cartão. Aprendem também os tamanhos dos espirais que são utilizados para cada quantidade de folhas, a confeccionar capas para livros, cadernos e agendas, a manusear os equipamentos que são utilizados em cada processo e identificar as cores primárias. “As regras da oficina como a limpeza, cooperação, organização e união são fatores essenciais para esse trabalho”, ressalta o professor.

Durante as aulas a criatividade rola solta. As folhas de papéis e embalagens, que muitas vezes são jogadas no lixo, são doadas à Promove e muito bem aproveitadas pelo alunos. “Eu gosto de fazer reciclagem porque o papel pode ser utilizado de novo e assim não há necessidade de cortar mais árvores. É muito importante para o meio ambiente”, diz entusiasmado o aluno Marcelo Barbosa da Silva. Produtos do cotidiano também são reaproveitados, como a casca de cebola, a cana e o bagaço de laranja que são utilizadas por suas fibras, por exemplo, na criação de cartões. “As fibras tornam a textura diferente e muito bonita”, explica Antônio Carlos.

O curso de cartonagem oferece o conhecimento das seguintes técnicas: cortar, furar e montar agendas, cadernos, blocos, embalagens, cartões e outros. O aluno também aprende a conferir, guardar e controlar a qualidade do produto. “Esses programas são muito importantes para a vida pessoal desses jovens, além, é claro, da preservação da natureza. Muitos aqui nunca tiveram oportunidades, a maioria, por exemplo, nunca foi ao cinema e nem pegou um ônibus, portanto tudo isso é muito gratificante para eles que valorizam cada detalhe e se sentem úteis à sociedade”, comenta o professor Antônio Carlos.

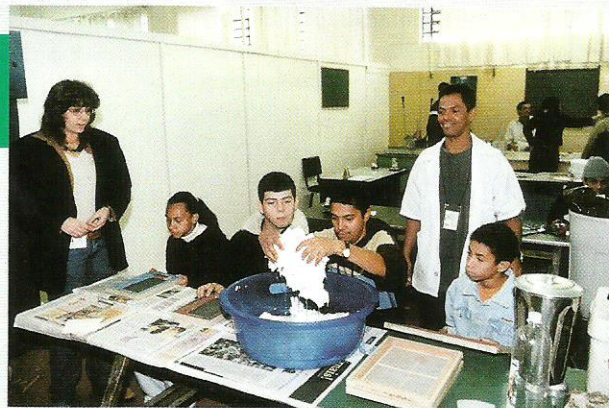


1

*Na primeira etapa, os alunos da PROMOVE separam os papéis que serão reciclados e transformados em produtos.*

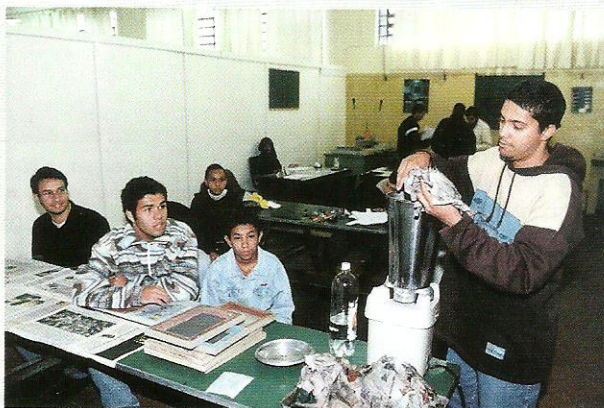
2

*Durante as aulas a criatividade rola solta; com muita cooperação, organização e união.*



3

*Os papéis que não são aproveitados são doados a instituição, utilizados pelo alunos resultando em belos trabalhos.*



4

*Arte final: há projetos de comercializar os produtos desenvolvidos nas aulas para reverter numa bolsa-auxílio para os alunos.*





Há projetos de comercializar os produtos desenvolvidos nas aulas de reciclagem para reverter numa bolsa auxílio. “Nós chamamos de bolsa- estímulo”, explica Olga.

O programa tem como principal objetivo encaminhar esses alunos ao mercado de trabalho. Para isso, conta com parcerias como: Secretaria da Assistência e Desenvolvimento Social, Secretaria Municipal da Família e Bem-estar Social, Secretaria Municipal de Educação, Secretária do Emprego e Relações do Trabalho e da Associação de Apoio ao Programa Comunidade Solidária, além do CIEE - Centro de Integração Empresa e Escola. “Temos 20 estagiários contratados e cinco colocações diretas no mercado de trabalho. Já para o próximo ano, os alunos da área de reciclagem e cartonagem também poderão ser encaminhados. Algumas pessoas podem achar um número pequeno, em relação ao montante atendido, mas tudo isso é um grande avanço”, diz a coordenadora da Promove, que completa “em se tratando da população portadora de necessidades especiais, esse número é bastante expressivo”.



*Olga Cristiane Lembo Aguado, coordenadora da Promove: “O programa é dividido em etapas de formação profissional visando preparar o indivíduo para enfrentar o mercado de trabalho. Além disso, os alunos recebem, ao término do curso, o certificado do Senai”.*

## Reciclando o dia-a-dia

Há dois anos, a Vila das Artes apresenta propostas de lazer, cultura, atividades físicas e educativas para as pessoas que já passaram dos 40 anos. Um dos cursos mais procurados, que realiza-se periodicamente, é o de reciclagem. Os participantes têm a oportunidade de aprender, na prática, a fazer papéis das mais variadas

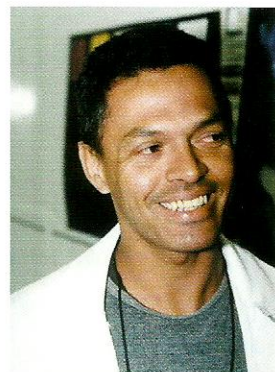
texturas e cores, cartões personalizados, capas entre outras, tudo com muita criatividade e bom humor.

As técnicas aplicadas são as da reciclagem simples, interferências, uso de coagulante, tingimento e pintura com polpa de papel. “O fato de fazer reciclagem é uma realização, principalmente para esses alunos que, geralmente, adoram trabalhos manuais. Isso torna as aulas muito divertidas e alegres. A arte de ensinar reciclagem é uma grande satisfação para mim e, para eles, aprender é uma realização”, enfatiza a professora de reciclagem Jessica Boieras. Segundo a artista plástica, o curso foi tão bem visto, que algumas pessoas se uniram para fabricar cartões de Natal confeccionados com papel reciclado.

## O luxo do lixo

Diariamente, nos centros urbanos, são despejados milhares de toneladas de lixo, justamente do que vivem os catadores. A Coopamare – Cooperativa dos Catadores Autônomos de Papel, Aparas e Materiais Reaproveitáveis, também é um bom exemplo na arte de reciclar. Criada em 89, a cooperativa congrega esses trabalhadores orientando e capacitando seus membros para o adequado desempenho de suas funções. Segundo estudos da entidade, cerca de 44% do lixo urbano é constituído por materiais que podem ser reutilizados: 30% papel, 9% plástico, 5% vidro e 0,6% metais.

Uma das principais atividades da entidade é o curso de reciclagem, que acontece uma vez por mês, com duração de 12 horas, na sede da cooperativa, em São Paulo. Os adolescentes são os principais beneficiados. São eles mesmo que, atualmente ministram aulas explicativas referente ao processo de reciclagem em feiras, universidades e escolas. A idéia de realizá-lo nasceu porque a maioria do material recolhido - essencialmente papel - não tinha um destino certo. “Os catadores não sabiam a importância desse processo e, que do lixo, é possível criar novos produtos, como um caderno, por exemplo”, enfatiza a artista plástica Delaine Romano. Há dois anos realizando esse tra-



*Antônio Carlos da Silva, professor de reciclagem da Promove: “Eu sempre digo que*

*nós somos caçadores de dons, por isso, é analisada a dificuldade de cada um. Durante as aulas eu incentivo o que cada aluno sabe fazer de melhor”.*

balho na Coopamare, a professora de reciclagem diz que no início enfrentou dificuldades por causa da falta de informação. Segundo Delaine, os cursos ficavam até seis meses sem se realizarem. “A principio foi difícil, porque essa atividade ainda estava começando a ser valorizada”. Antes os cursos eram direcionados aos catadores e, principalmente aos seus filhos, mas hoje já são abertos ao público. O resultado desse trabalho já está aparecendo. “Em setembro começamos a vender os materiais produzidos na cooperativa, como calendários e agendas. Já esgotamos o estoque”, diz satisfeita a artista plástica.

A cooperativa desenvolveu um projeto chamado Oficina de Papel Artesanal, porém ainda não foi colocado em prática. “Estamos buscando parcerias. Assim que isso acontecer, realizaremos o projeto”. Um dos objetivos com a oficina é formar e capacitar mão-de-obra dentro do mercado de recicláveis; gerar renda para a categoria do catador de papel, além de ampliar e divulgar as diversas técnicas de reciclagem e produção de papel artesanal. Serão ministradas aulas diariamente, divididas em manhã e tarde, nas quais os alunos aprenderão a produzir papel artesanal e encadernação. Um dos principais objetivos da reciclagem na Coopamare é formar mão-de-obra qualificada. “São adultos e adolescentes que não tinham nenhuma perspectiva de vida. É uma chance de tirar essas pessoas da rua, incentivando-as a produzir, até mesmo em casa. Posso afirmar: a reciclagem mudou a vida deles”, ressalta Delaine Romano.



# LWARCEL:

## uma empresa atuante e inovadora

*Considerada a maior fornecedora de celulose de eucalipto branqueada “de mercado” do Brasil, a empresa, que em 99 faturou R\$ 90 milhões, só tem olhos para o futuro: investimentos e expansão, sempre unida aos seus clientes, funcionários e a comunidade*

*Vanessa Cecilia da Silva*



*Vista panorâmica da Lwarcel, localizada em Lençóis Paulista, interior de São Paulo. Atualmente a divisão de celulose e papel conta com 480 funcionários próprios e cerca de 300 terceirizados para serviços como plantio, manutenção florestal e transporte de madeira.*

A Lwarcel Celulose e Papel Ltda tem sua história marcada pelo crescimento e rápida evolução tecnológica. A empresa, de capital 100% nacional, faz parte do Grupo Lwart, com sede em Lençóis Paulista, interior de São Paulo. O Grupo também atua nos setores de coleta e re-refino de óleo lubrificante (Lwart Lubrificantes que é líder na América Latina) e na fabricação de produtos asfálticos para aplicações industriais e de construção civil (Lwart Proasfar Química).

A Lwarcel começou a ser construída em 85, quando os sócios, vislumbrando a

existência de reflorestamento de pinus na região, assim como tecnologia de ponta no Brasil para alavancar o projeto e a familiaridade do Grupo com os processos contínuos, decidiram investir em uma fábrica de celulose. No final de 86, a empresa começou a operar, porém, com as transformações constantes e rápidas do mercado, a estratégia mudou adequando-se às novas exigências mercadológicas, buscando maior rentabilidade. Inicialmente, o plano previa uma produção de 30 mil toneladas/ano de celulose de pinus não-branqueada. Em 87, iniciou-se a construção de uma unidade de branqueamento e, em 88,

a produção de celulose de pinus e eucalipto branqueadas. O uso de eucalipto foi a mudança decisiva.

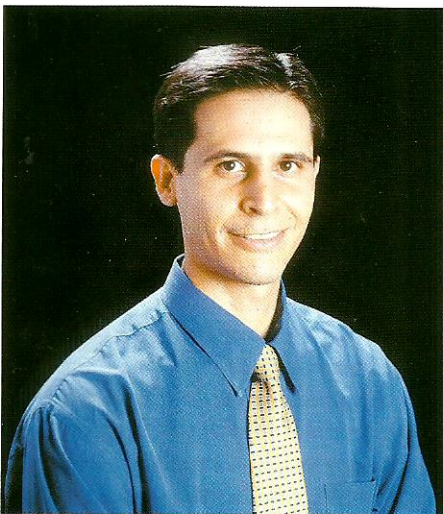
Desde 1996, a Lwarcel opera com duas linhas de fibras independentes, o que permite a produção simultânea de celulose tipo commodity (eucalipto) e especiais (sisal e outras). A linha menor, ou “linha B”, foi construída para permitir o desenvolvimento e fabricação de celuloses especiais, e tem capacidade de produção de 40 toneladas/dia. O principal produto desta linha é a celulose de sisal, produzida em pequenas quantidades e exportada para Europa e Ásia. “Este mercado de celulo-



ses especiais é muito diferente do que os fabricantes do segmento estão acostumados. Cada cliente tem uma necessidade específica e os lotes (ou corridas) de produção são curtos, um diferente do outro”, diz o diretor industrial da Lwarcel, Carlos Renato Trecenti. Então, em parceria com seus clientes, a Lwarcel desenvolveu, nos últimos anos, celulose de sisal com características diferenciadas, tais como ECF, TCF, alta porosidade e dielétrica.

Hoje a fábrica é bem diferente do que foi projetada inicialmente, resultado de um trabalho árduo e pesados investimentos. Em 1999, a Lwarcel Celulose e Papel Ltda foi considerada a maior fornecedora de celulose de eucalipto branqueada “de mercado” do Brasil - produto que atualmente representa 90% de sua produção, sendo que os 10% restantes correspondem as celuloses consideradas especiais (de eucalipto não branqueada e celuloses de sisal branqueadas e não branqueadas). No ano passado, a empresa produziu 84 mil toneladas de celulose, e a previsão para 2000 é atingir cerca de 94 mil.

O faturamento, em 99, representou R\$ 90 milhões, dos quais 98% no mercado doméstico. “Colhendo resultados do aumento de produção e da recuperação dos preços, este ano espera-se faturar cerca de R\$130 milhões. Para as vendas direcionadas ao mercado externo, a empresa definiu como estratégia uma meta de exportação em torno de 5% de sua produção, com o objetivo de conhecer as exigências dos clientes externos e familiarizar-se com a logística de exportação”, afirma



*Carlos Renato Trecenti, diretor industrial da Lwarcel: “Colhendo resultados do aumento de produção e da recuperação dos preços este ano se espera faturar cerca de R\$ 130 milhões”*

Trecenti. Atualmente, a divisão de celulose e papel conta com 480 funcionários próprios e cerca de 300 terceirizados para serviços como plantio, manutenção florestal e transporte de madeira. As operações, em algumas áreas, até pouco tempo eram executadas manualmente, hoje estão sendo operadas por computadores através de sistemas supervisórios. “O interessante é que os operadores não foram substituídos com o decorrer do progresso. Eles passaram por vários treinamentos para enfrentar o “pulo” tecnológico”, salienta o diretor industrial.

A filial, localizada na cidade de Penápolis, a 450 Km da capital paulista, não produz celulose, mas tem suas atividades voltadas à conversão de celulose fibra longa tipo “fluff”. Esta matéria prima é importada em fardos e convertida em bobinas de várias medidas nos padrões de aplicação dos fabricantes nacionais de fraldas e absorventes higiênicos.

A Divisão Florestal da Lwarcel, que também evoluiu muito nos últimos anos, conta hoje com 25 mil hectares de terras plantadas, sendo 20 mil de áreas próprias. “A distância média entre as florestas e a fábrica é de 50 km, o que representa uma grande vantagem competitiva”. Após o período de aquisição de florestas formadas, a empresa tem hoje que se preocupar com o reflorestamento de suas áreas, com a produção de árvores de alto rendimento e qualidade para polpação.

Sempre buscando inovação para tornar-se cada vez mais presente num mercado tão acirrado como o do setor, a empresa possui um viveiro com capacidade de gerar 6 milhões por ano de mudas. A Lwarcel foi a primeira empresa no Brasil a implantar a técnica de minijardim clonal. Em 99, 75% da produção foi de clones e o restante a partir de sementes. Em 2000, a produção, através de clones, deverá atingir 80%. “O plantio, desde 1996, visa garantir o suprimento de madeira de eucalipto para uma fábrica com praticamente o dobro do tamanho, ou seja, a partir de 2003, a Lwarcel terá madeira própria suficiente para produzir 170 mil toneladas/ano”, explica Carlos Renato Trecenti.



*Desde 1996, a Lwarcel opera com duas linhas de fibras independentes, o que permite a produção simultânea de celulose tipo commodity (eucalipto) e especiais (sisal e outras). A linha menor, ou “linha B”, foi construída para permitir o desenvolvimento e fabricação de celuloses especiais, e tem capacidade de produção de 40 toneladas/dia. O principal produto desta linha é a celulose de sisal, produzida em pequenas quantidades e exportada para Europa e Ásia.*

A companhia também se destaca por obter bons resultados no ponto de vista ambiental: consome apenas 26 metros cúbicos de água por tonelada de celulose, considerado uma quantidade baixa pelo setor. Além disso, possui uma moderna estação de tratamento de efluentes tipo “lodo biológico” de alta eficiência, estimada como modelo na região. Em termos energéticos, o principal avanço foi a partida de um turbo-gerador em 1997, responsável pela geração própria de 35% da energia elétrica consumida.

**Projetos para o futuro:** os planos da empresa são de modernização e expansão, seguindo as tendências do setor de celulose e papel. “A nossa principal característica é ser “pés-no-chão”. Esse é um dos motivos pelo qual o nosso endividamento é muito baixo, muitas vezes próximo de zero”, orgulha-se o diretor industrial.





implantado na Lwarcel há três anos. Todos os funcionários participam e as metas, que são as mesmas em todos os níveis da hierarquia, são fáceis de quantificar e visualizar no dia-a-dia da empresa e das operações florestais, e se referem a produção, qualidade, segurança no trabalho e redução de custos. “O acompanhamento de alguns dos resultados é até diário, outros são discutidos uma vez por mês nas reuniões da comissão de participação”.

Outros projetos já estão em andamento como a implantação de um sistema integrado de informações gerenciais (ERP), que deve entrar em funcionamento em setembro, o programa de “trainees” para a formação de profissionais dentro da cultura da companhia e a ampliação dos investimentos em treinamento em todos os níveis.

A comunicação da companhia com os seus funcionários, parceiros e a comunidade também vem ganhando destaque, buscando mantê-los ainda mais informados em relação às atividades do Grupo. O “Lwar Notícias” é um jornal distribuído bimestralmente, que retrata e divulga as atividades da empresa em todos os âmbitos: investimentos, treinamentos, relação com clientes, trabalhos com a comunidade e o dia-a-dia dos funcionários e participação. A recente modernização da identidade visual das logomarcas também faz parte desse elo de integração, entre o Grupo, funcionários e região.

**Lwarcel e comunidade:** o Grupo Lwart, desde o início, tem uma ligação muito sólida com a população de Lençóis Paulista e região. “Os sócios têm suas raízes na cidade e sempre fizeram questão de incentivar as atividades culturais, esportivas e sociais. Nós apoiamos várias entidades assistências e patrocinamos o esporte direcionado a menores, além de atuarmos com as escolas locais”, ressalta o diretor industrial.

Dentre as atuais realizações, se des-

## Lwarcel Celulose e Papel Ltda

**LOCALIZAÇÃO:** Lençóis Paulista, interior de São Paulo

**FUNCIONÁRIOS:** 480 próprios e 300 terceirizados para serviços como plantio, manutenção florestal e transporte de madeira.

**PRODUÇÃO:** Em 99, 84 mil toneladas, e a previsão para 2000 é que produza 94 mil toneladas

**FATURAMENTO:** Em 99, R\$ 90 milhões. Previsão para 2000, R\$ 130 milhões.

*Em 1999, a Lwarcel Celulose e Papel Ltda foi considerada a maior fornecedora de celulose de eucalipto branqueada “de mercado” do Brasil - produto que atualmente representa 90% de sua produção, sendo que os 10% restantes correspondem as celuloses consideradas especiais (de eucalipto não branqueada e celuloses de sisal branqueadas e não branqueadas)*

Os projetos para o novo século já estão em estudos. Um dos principais é a viabilidade de uma caldeira de recuperação para substituir os atuais fornos, investimento este que têm vários objetivos: eliminar o atual gargalo de produção; abrir caminho para uma ampliação significativa no futuro; melhorar a eficiência energética e aprimorar o controle ambiental. “Numa visão a longo prazo, após a instalação da caldeira, seria o momento para ampliação da linha de fibra. A madeira para a fábrica do futuro já está plantada e crescendo”, ressalta Carlos Renato.

A Lwarcel, e o Grupo Lwart, como um todo, tem trabalhado em sua modernização gerencial. Exemplo disto é o sistema de participação de resultados,



*No ano passado, a empresa produziu 84 mil toneladas de celulose, e a previsão para 2000 é atingir cerca de 94 mil. O faturamento, em 99, representou R\$ 90 milhões, dos quais 98% no mercado doméstico.*



*A companhia consome apenas 26 metros cúbicos de água por tonelada de celulose, considerado uma quantidade baixa pelo setor.*

taca o “Projeto Escola” que traz alunos de 8ªséries de todos os colégios da cidade para visitarem as empresas do Grupo, aprenderem sobre suas atividades e, principalmente, conhecerem as carreiras profissionais. “Esse trabalho foi desenvolvido para incentivar os jovens a continuarem estudando logo concluam o 1º grau, fazendo escola técnica ou colegial, buscando dessa forma reduzir na comunidade o alto índice de abandono escolar”, conclui Carlos Renato Trecenti.



*Maior durabilidade e desempenho.  
Até mesmo nos trabalhos mais difíceis.*

LIDERANÇA MÁXIMA

**OREGON**



**OREGON**

0800411630



# Geraldo Haenel

## Um otimista convicto

Vanessa Cecília da Silva

Aos 55 anos, o paulistano Geraldo Ribeiro do Valle Haenel exibe um respeitável currículo e uma rica experiência profissional adquirida durante sua estada em empresas multinacionais e nacionais como a Cica, Petropar e o Grupo Petróleo Ipiranga. Engenheiro de produção e administrador de empresas, iniciou sua carreira no setor de celulose e papel na Cia. Suzano, onde permaneceu por cinco anos. Hoje Haenel é diretor superintendente da Riocell, um profissional totalmente sintonizado e entusiasmado com o segmento e, principalmente, satisfeito com os bons frutos que a companhia vem colhendo com o desempenho positivo do mercado. “Com a reação da economia, a empresa continua mantendo seus custos baixos e bons preços”. Ele faz questão de salientar que um dos principais fatores que levaram a Riocell a alcançar bons resultados, sem dúvida nenhuma, “foi contar com uma equipe forte e equilibrada que está realizando um trabalho sério e eficaz, em todos os setores da empresa”. O diretor anuncia o projeto Riocell 2000 que deverá entrar em operação no segundo semestre do próximo ano. Segundo o diretor superintendente, essa expansão aumentará a capacidade de produção de celulose das atuais 300 mil toneladas/ano para 370 mil toneladas anuais.

Mesmo com o corre-corre natural de um diretor superintendente, Geraldo Haenel sempre dá um jeito para conciliar trabalho, família e esporte, mesmo dividindo residência entre São Paulo e Porto Alegre. Casado há 30 anos e pai de quatro filhos, Haenel, nas horas de folga não pára. Pratica tênis, ski aquático, lê, ouve música, vai à praia, ao teatro e, religiosamente, caminha todas as manhãs. “Na faculdade praticava remo, inclusive ganhei um troféu na modalidade Canoe”, orgulha-se. Um homem confiante nas mudanças do país, dos políticos e principalmente na evolução constante do setor papeleiro. “Nunca penso que já realizei tudo, porque senão não há mais objetivos de vida a serem conquistados”.



**Celulose & Papel: Tem alguma recordação marcante da infância?**  
**Geraldo Ribeiro do Valle Haenel** - Da minha professora do primário, a D. Laura, que nos ensinava a ser pessoas de caráter, estudiosas e lutadoras. Tive aula com ela na Escola Nossa Senhora das Mercês, que não existe mais. Era um colégio tradicional dirigido por quatro Irmãs. Fiz parte da última turma. O ginásio e o científico concluí no Colégio Rio Branco onde fiz bons amigos que conservo até hoje. A cada cinco anos a gente se reúne, e é nessa hora que constatamos as mudanças físicas que o tempo faz (risos). Também tenho ótimas lembranças desse colégio.

**C&P - Qual foi o seu primeiro emprego e com quantos anos?**  
**Haenel** - Foi aos 21 anos, na Brasmetal - empresa do setor metalúrgico -, que localizava-se na Mooca. Lá entrei como estagiário de engenharia, onde realizei o meu trabalho de conclusão de curso, e saí como diretor. Praticamente iniciei no chão de fábrica. Isso foi bom, porque amplia a visão do mercado e das atividades da empresa. Foi muito importante para minha carreira. Foram 11 anos de trabalho intenso e com bons resultados.

**C&P - Como é o seu dia-a-dia no trabalho?**

**Haenel** - Eu sempre acordei cedo. Em Porto Alegre, onde se localiza a Riocell, não é diferente. Vou para o escritório, despacho com uma parte da minha equipe pela manhã e à tarde com outra. No final do dia faço a minha caminhada.



**C&P - O senhor passou por importantes empresas, em outros setores, como foi que veio para a área de celulose e papel?**

**Haenel** - Já trabalhei em grandes companhias, como a Cica, Petropar e o Grupo Petróleo Ipiranga. A minha história no setor começou quando um *headhunter* me convidou para trabalhar na Cia. Suzano Celulose e Papel, onde fiquei por cinco anos. Desde então, fiquei bastante interessado pelo segmento.

**C&P - Como está sendo sua experiência na Riocell?**

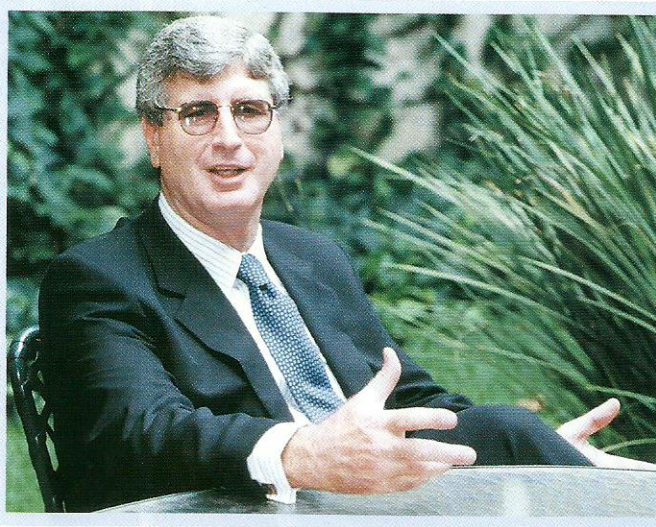
**Haenel** - Muito gratificante. A empresa passou por uma fase difícil, mas hoje está atravessando um ótimo período. A Riocell, há 27 anos no mercado, adequou-se à situação instável dos últimos anos; enxugou-se e preparou-se para o ciclo de baixa. Com a reação econômica, principalmente em 99, a companhia continua mantendo seus custos baixos e bons preços no mercado, priorizando produtos e serviços com alta qualidade aos seus clientes. A Riocell vem colhendo ótimos resultados e trabalhando para um futuro ainda mais estável. Um dos fatores positivos na virada da companhia, sem dúvida nenhuma foi contar com uma equipe forte e equilibrada, em todas as áreas, que vem desenvolvendo um trabalho sério e construtivo.

**C&P - Quais as perspectivas para o futuro da empresa?**

**Haenel** - A principal novidade é o Projeto Riocell 2000, em fase de engenharia básica, e que deverá entrar em operação no segundo semestre de 2001. Essa expansão elevará a capacidade de produção de celulose da fábrica das atuais 300 mil toneladas/ano para 370 mil toneladas anuais de celulose ECF (livre de cloro elementar), incluindo a totalidade do produto branqueado, que hoje é de cerca de 250 mil toneladas/ano. Serão investidos cerca de US\$ 120 milhões. Com isso, a fábrica oferecerá um custo previsto menor do que o atual. Eu diria que a Riocell atinge um dos melhores custos mundiais de celulose, resultando assim, um bom rendimento e rentabilidade. Toda a produção de 2000 já foi vendida e estamos trabalhando duro para 2001.

**C&P - Como definiria o setor em 2000, principalmente a Riocell no mercado?**

**Haenel** - As perspectivas para o setor e para a Riocell são brilhantes. Acredito que, em 2000, este novo cenário que estamos vivendo continuará estável, tendendo a melhorar um pouco mais até o final do ano. Para o eucalipto, por exemplo, vejo um mercado ainda mais sólido, até mais do que as outras celulosas. Em 2001, apesar de ser uma previsão distante, não vejo mudanças radicais. Os investimentos que foram feitos no segmento, ao longo dos últimos anos, já começam a dar resultados.



**C&P - Na sua carreira, qual foi o seu maior desafio?**

**Haenel** - Foi no meu primeiro emprego. Lá, desenvolvi uma estratégia para transformar uma unidade de “fundo de quintal” numa indústria que possuísse um conteúdo tecnológico e que fosse competitiva no seu mercado de atuação. *Joint-ventures* e bons profissionais vieram para somar tecnologia que impulsionaram a companhia. Deu tudo certo e hoje a Brasmetal continua crescendo e com bastante sucesso.

**C&P - Diziam que o papel perderia a sua utilidade com a evolução da informática, qual a sua opinião sobre isso?**

**Haenel** - Isso não acontecerá, pelo contrário a realidade é inversa. O consumo de papel devido às impressoras caseiras aumentou. Sempre há necessidade de se ler o que se escreve ou recebe, fazer uma revisão mais apurada e marcar um texto. Não é todo mundo que pode carregar um *laptop*. O papel é um registro, é um documento.

**C&P - O que acha da Internet? Tem algum site preferido?**

**Haenel** - A Internet nos dias atuais não é luxo, mas sim uma necessidade. Profissionalmente quem não sabe operar um micro e não “navega” não tem a mínima chance de sobreviver no mercado de trabalho. A Internet veio pra ficar, é uma evolução sem volta. O comércio eletrônico, é uma realidade. Diariamente, eu visito os sites econômicos, financeiros e de negócios.

**C&P - Há quantos anos está casado? Quantos filhos têm?**

**Haenel** - Sou casado há 30 anos com a Ana Elisa. Tenho quatro filhos: Rodrigo, 29, administrador de empresas; Frederico, 27, engenheiro de produção; Claudia, 25, arquiteta e Geraldo, 22, que irá se formar este ano em engenharia de produção. Ainda não tenho netos e nem penso em incorporar o papel de avô, estou na fase de casar os filhos. Um casou-se em outubro de 99, e dois casam-se este ano: um em maio e outro em setembro.

**C&P - Com uma família relativamente grande deve sentir falta do entra e sai de casa, não é?**

**Haenel** - Os filhos ficam sempre ao lado dos pais até os 20 anos. Dessa data em diante os programas são totalmente diferentes, por exemplo, quando você vai para a praia eles não vão, quando você não vai; aí é que eles vão (risos). Já me acostumei um pouco com a independência deles, mas sempre que dá ficamos todos juntos.

**C&P - Mesmo com os compromissos de uma vida agitada de executivo, dá para conciliar trabalho e família?**

**Haenel** - Com quase todos os meus filhos casados, cada um tomando o seu rumo, Ana Elisa tem ficado grande parte do tempo comigo em Porto Alegre. Mas, quando estou em São Paulo, além de irmos muito ao teatro, vamos freqüentemente à praia. Lá eu descanso e contemplo o mar, que eu adoro. Como gosto muito de caminhar, é um lugar ideal para essa atividade. Tenho outros hobbies que também são prazerosos e me relaxam nas horas de folga. A leitura por exemplo. Seja em casa ou no avião sempre estou lendo, inclusive comecei a ler “Notí-



cias do Planalto”, história que descreve a trajetória de Fernando Collor. Uma outra coisa que eu gosto é mexer em carro velho, por isso sempre tenho um. Deixo ele arrumadinho e vou trocando.

#### **C&P - Prática esportes?**

**Haenel** - Sempre. Jogo tênis com um grupo de amigos e pratico ski aquático. Meu filho Geraldo quer que eu aprenda golfe, mas não tenho muita vontade, é uma atividade que não me chama muito a atenção. Sempre gostei muito de esportes, desde a escola. Acho de extrema importância, porque não te mantém sedentário. Na época da faculdade pratiquei remo. Eu remava no Rio Tietê, quando ele ainda era limpo, ainda estavam fazendo a Marginal (risos). Particpei de vários campeonatos, inclusive ganhei um troféu na modalidade Canoe. Mas hoje em dia o melhor esporte para mim é a caminhada que pratico todos os dias, durante uma hora. Essa atividade me desliga de tudo, é uma grande arma para combater o estresse. É um momento para pôr as idéias em dia.

#### **C&P - O futebol o atrai?**

**Haenel** - Embora não seja assíduo freqüentador de estádios e nem fanático por futebol, acompanho apenas pela TV, torço para o São Paulo Futebol Clube.

#### **C&P - Tem alguma música ou época que marcaram a sua vida?**

**Haenel** - Gosto muito de música, um dos estilos que mais gosto é o clássico. Uma das minhas músicas preferidas é New York, New York. Tenho boas recordações da Jovem Guarda que reuniu bons artistas, como Roberto Carlos, que marcaram a vida de muita gente, inclusive a minha.

#### **C&P - Aprendeu algum instrumento musical?**

**Haenel** - Comecei a aprender piano, mas não fui longe. Toco campainha e olhe lá (risos).

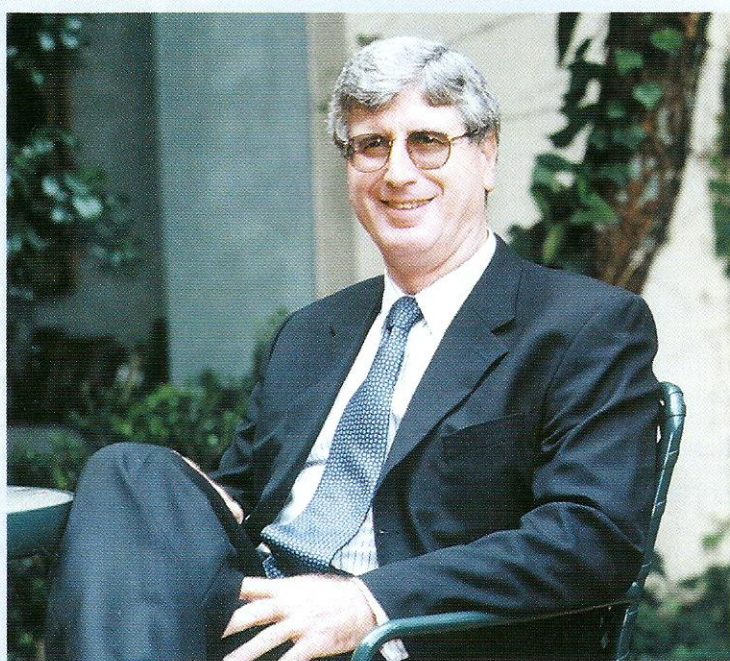
#### **C&P - Como descreve o cenário do Brasil e a sua política?**

**Haenel** - Os políticos em geral – com a

liberdade de imprensa – tendem a entrar na linha e prestar contas à sociedade. Houve um vácuo de novos políticos, isso é um problema, porém acredito que a nova leva transformará o país. O Brasil tem tudo para ser um grande país, porque tem mercado, extensão e população. No setor de celulose e papel, o Brasil é um dos mais bem colocados, principalmente por seus recursos naturais. Por exemplo, eucalipto em sete anos está pronto para utilização, enquanto outras árvores nos EUA e na Europa tem o tempo estimado de crescimento que varia entre 15 e 40 anos. Tenho fé que as coisas irão melhorar.

#### **C&P - O senhor é religioso?**

**Haenel** - Sou católico, praticante, freqüento a missa e participo do encontro de casais.



#### **C&P - Há viagens que marcam, seja pela beleza do lugar ou por algum acontecimento em especial. Qual marcou a sua vida?**

**Haenel** - Foi a minha primeira viagem internacional, aos 18 anos, com o meu primo Fernando Luís. Realmente foi uma aventura de adolescentes. Viajamos por toda a Europa com uma mochila nas costas e cinco dólares, contados, por dia. Inesquecível.

#### **C&P - Em compensação recorda-se de alguma desastrosa?**

**Haenel** - Uma vez eu estava voltando de Paris e um amigo deputado, português,

pediu para que eu fosse até Lisboa para trazer um documento para o Brasil. Mesmo precisando voltar para São Paulo para ficar com os meus filhos, porque eu queria muito curtir a minha família, resolvi ir até lá, já que ele me ajudaria a pegar o avião naquela mesma sexta-feira. Nesse dia deu tudo errado e não foi só comigo. Primeiro o avião já vinha de *over book* de outro lugar. No saguão havia passageiros que tiveram suas reservas não computadas; um jogador de futebol, acompanhado pelo presidente da federação portuguesa que precisava voltar para o Brasil para jogar no dia seguinte. Tinha um grupo de mineiros que tinha suas passagens confirmadas, mas chegando ao aeroporto não estavam na lista de embarque. Eles ficaram tão furiosos que quase quebraram o balcão da agência de viagem quando souberam que não poderiam viajar.

#### **C&P - Mas então, o senhor conseguiu embarcar?**

**Haenel** - Nessa confusão toda ninguém embarcou, nem eu (risos). Naquela bagunça, todo mundo discutindo, nervoso, havia uma menina brasileira, carioca, que viajou de mochila por toda a Europa, sem dinheiro, tanto que vendeu o *sweater* para chegar até o aeroporto português. Coitada, queria embarcar sem reserva, sem nada. Detalhe: o próximo vôo, com vagas, sairia só na quinta-feira. Ela percebeu que o meu amigo tinha alguma influência e me pediu US\$ 100 empre-

tado até seu retorno ao Brasil. Pensei: “dinheiro perdido, mas tudo bem”. Acabei emprestando. Embarquei no dia seguinte. Passado uma semana, recebi um telefonema. Era a moça dizendo que viria no sábado do Rio de Janeiro à São Paulo para me pagar, o que de fato aconteceu. Incrível, né?

#### **C&P - Um pensamento que resume o cidadão Geraldo?**

**Haenel** - Sou muito confiante, porque para mim o derrotista já sai perdendo. Sou realista e otimista, sempre. Nunca penso que estou com o dever cumprido, porque senão não há mais objetivos de vida.



# Negociações no setor: a hora de estabelecer o acordo

*Todos os anos, o segundo semestre é marcado pelas negociações entre o sindicato dos trabalhadores e o patronal do setor de papel e celulose. Nesta época diversas categorias, a exemplo dos bancários, petroleiros, químicos, metalúrgicos, entre outros, também iniciam suas campanhas em busca de novas conquistas, principalmente salariais.*

*Vanessa Cecilia da Silva*

Depois de amargar alguns anos difíceis, o setor de papel e celulose vem se reposicionando na economia. Essas melhorias, principalmente a recuperação de preço no mercado internacional da celulose, que é acompanhada pela reação do papel, são refletidas nos meios de comunicação. No segundo semestre de cada ano inicia-se a negociação entre os trabalhadores e os patrões. “Os trabalhadores têm consciência desse movimento de retomada, mas ainda não é o momento de se fazer concessões”, alerta o consultor da Bracelpa, Jerônimo Ruiz. O setor, que é constituído de 220 empresas, localizadas em 16 Estados,

em 99, gerou 100 mil empregos. O segmento fechou o ano anterior com um faturamento de US\$ 5,7 bilhões, sendo que foram recolhidos quase US\$ 1 bilhão de impostos, taxas e encargos sociais.

“A crise social e econômica que o mundo está atravessando, também afeta a recuperação do setor de celulose e papel que ainda é lenta, por isso as empresas estão apertando os cintos”, diz o diretor de Recursos Humanos da Cia. Suzano de Papel e Celulose, Fernando Guimarães. Existe uma concorrência séria, em nível mundial, por exemplo com a Indonésia que apresenta um custo muito baixo dizimando florestas e outros recursos naturais. “A última coisa que o empresário quer é reduzir os empregos. Há uma facção nos sindicatos que compreende esse momento. Unir forças é a melhor atitude. Radicalismo é o que não pode acontecer”, alerta. Segundo ele, os benefícios aos trabalhadores, no Brasil, se desenvolveram devido as falhas do Estado, como na educação e na saúde. Por isso as empresas criaram programas para beneficiar os seus funcionários e suprir suas necessidades em épocas diferentes, numa economia de maior vigor. Um dos exemplos no setor é o Hospital Sepaco.

Depois de 21 anos do ressurgimento do movimento sindical no País, constata-se que com a maturidade, há

mais pontos positivos do que negativos. “O pensamento Presunção de Perversidade – empresários que imaginam que o empregado deseja a sua ruína e o empregado que pensa que o patrão deseja sua miséria – tem que se extinguir”, conclui Fernando Guimarães.

Nos dois últimos anos as negociações não foram fáceis, principalmente em relação aos sindicatos filiados à CUT - Central Única dos Trabalhadores, que tradicionalmente relutam em assinar os acordos por ocasião da data base. O de 98, por exemplo, até o presente momento não foi assinado. Isso, obrigou o sindicato patronal a entrar com a ação



*Diretor de Recursos Humanos da Cia. Suzano de Papel e Celulose, Fernando Guimarães:*

*“Unir forças é a melhor atitude. Radicalismo é o que não pode acontecer”.*



*Consultor da Bracelpa, Jerônimo Ruiz:*

*“Os trabalhadores têm consciência desse movimento de retomada, mas ainda não é o momento de se fazer concessões”.*



de dissídio coletivo junto ao TRT/SP. De acordo com o consultor da Bracelpa, o processo já foi julgado pelo TRT e encontra-se no Tribunal Superior do Trabalho, em Brasília, aguardando o julgamento final, o que provavelmente ocorrerá somente no final desse ano. “Outros fatores que têm dificultado o bom andamento das negociações são a rigidez da legislação brasileira, excessivamente protecionista e pouco flexível, e um judiciário trabalhista totalmente anacrônico”, explica Jerônimo Ruiz. De acordo com ele, a maior flexibilização da legislação trabalhista, a redução do intervencionismo do Estado e a valorização da negociação, entre as partes, seriam importantes passos em direção à modernidade das relações trabalhistas. “Não se pode negar a existência do conflito histórico decorrente da relação capital-trabalho. Porém, esse contato tornou-se necessariamente uma relação de “parceria”, diante da exposição das empresas a uma economia globalizada, onde a corrida em busca de melhores índices de produtividade e eficiência, fez com que as partes se empenhassem em verdadeira cruzada na direção desses objetivos”, explica o consultor. Exemplos atuais, onde a luta desenfreada por novas e crescentes conquistas por parte dos sindicatos, obrigou várias empresas a deslocarem suas atividades ou investimentos, para outras regiões do país. “Este é o caso das montadoras do setor automobilístico, concentradas originalmente na região do ABC paulista”, analisa Ruiz.

### Sepaco

Um bom exemplo no setor do entendimento entre empresários e trabalhadores é o Hospital Sepaco – Serviço Social da Indústria do Papel, Papelão e Cortiça do Estado de São Paulo. A criação do hospital partiu de Olavo Previatti, então presidente

da Federação dos Trabalhadores nas Indústrias do Papel, Papelão e Cortiça do Estado de São Paulo. O empresário Omar Simão Racy foi quem entendeu a amplitude do empreendimento, comprando a idéia. Os serviços prestados pelo hospital são inteiramente gratuitos, dirigidos aos empregados do setor, mesmo aposentados, e aos seus dependentes.

### Sinpel discute as Negociações coletivas do setor

O Simpósio Intersindical de Negociações Coletivas das Indústrias de Celulose, Papel, Papelão e Artefatos – SINPEL, foi criado porque constatou-se a necessidade de as empresas de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul discutirem, em conjunto, parâmetros, estratégias e táticas de negociação coletiva, para fazer frente aos sindicatos dos trabalhadores da região. “As empresas perceberam que, do outro lado da mesa, os sindicatos se articulavam para essas negociações, trocando informações, enfim se comunicavam”, explicou o idealizador e Coordenador do Simpósio, Dr. Sérgio Juchem. As duas primeiras edições ocorreram em Santa Catarina; a terceira em Canela, no Rio Grande do Sul - ocasião em que as empresas paulistas foram convidadas para participar do evento - a quarta no Paraná e o quinto encontro teve por anfitrião São Paulo. O VI Sinpel já está programado para acontecer nos dias 18 e 19 de agosto de 2000, no Hotel Plaza Caldas da Imperatriz, em Florianópolis.

O fórum avalia as condições negociadas no ano anterior: como elas ocorreram, quais os problemas surgidos, as situações ainda pendentes e como evoluíram os acordos. A conjuntura do setor também é analisada; o desempenho da indústria; o mercado, além da economia do País. “Tudo isso é avaliado para decidirmos como agir nas negociações que

se iniciam em outubro”, explica Juchem. A partir daí os sindicatos e as empresas presentes recomendam linhas de ação para as próximas negociações, tendo uma noção do que os empregados estão buscando e o que os sindicatos dos trabalhadores defendem. Todos esses fatores criam uma condição para que as empresas entrem em sintonia em relação às negociações. “Nós procuramos nos coordenar e manter um elo de comunicação entre todos, como fazem os trabalhadores”. O objetivo é avaliar o contexto, a conjuntura, e até onde uma companhia pode ir numa negociação, não só vendo o lado da empresa, mas também o dos funcionários e suas necessidades. “Temos nos proposto a metas factíveis. Avaliando as negociações do V Sinpel, por exemplo, constatamos ter obtido êxito ao seguir as recomendações do IV, o que é muito bom”, concluiu o coordenador do Simpósio.

### Cooperativas: opções para o mercado de trabalho

O Brasil já conta com uma média de três mil cooperativas que, desde os anos 60, estão conquistando seus espaços. Um dos principais objetivos destas organizações é dar oportunidade aos trabalhadores, recolocando-os no mercado e tornando-os membros associados. As empresas contratantes que utilizam este canal de trabalho, também contam com vantagens como o fato de a cooperativa ser desobrigada de encargos trabalhistas podendo, então, repassar a redução de custos às companhias, assim beneficiando os cooperados com uma remuneração mais justa.

Durante os anos 90, em nível mundial, começou-se a observar que o cenário do trabalho estava mudando aceleradamente. As companhias acentuaram suas buscas para alcançar competitividade e produção, o que não foi bem visto pela área sin-

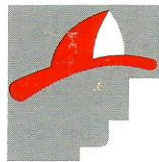


dical, sendo interpretado como um cenário que representava menos postos de trabalho, o que acarretaria o desemprego. “As demissões foram em massa. Para se ter uma idéia, a Codasp – Companhia de Desenvolvimento Agrícola do Estado de São Paulo, era uma empresa que tinha 1.200 funcionários, hoje tem 100. Já a Ceagesp - Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo, chegou a ter três mil, mas teve de reduzir o seu quadro de trabalhadores para 800. Hoje essas empresas são atendidas pela COTRADASP – Cooperativa de Trabalho para Conservação do Solo, Meio Ambiente, Desenvolvimento Agrícola e Silvicultura. Visando o bem-estar do associado, as cooperativas quando comercializam um contrato já incluem os benefícios dos trabalhadores como: descanso remunerado, vale- transporte, seguro de vida, licença maternidade; e dependendo do contrato, seguro saúde. “Isso é bom para o empresário, pois com essas vantagens, o associado fica mais tranquilo, seguro para sustentar sua família e motivado para desempenhar melhor sua função”, diz o presidente da COTRADASP, Gualberto Luiz Gouvêia. Essa é uma cooperativa de trabalho multifuncional, que atende mais de 40 empresas. Em 95 iniciou suas atividades com 26 associados, hoje gera 1.100 postos de trabalhos para profissionais, desde área da limpeza até o setor administrativo. “Procuramos alternativas que representem ao trabalhador uma opção no concorrido mercado de trabalho”, diz Gualberto.

Mas apesar da seriedade da maioria das cooperativas, há as fraudulentas que rondam o mercado, conhecidas como “Coopergatos”, que surgem para lesar tanto os trabalhadores quanto o Estado. “A cooperativa séria tem que ser incentivada, pois é a que investe na educação, na cidadania e em benefícios aos trabalhadores”, alerta o diretor.

Quem decide o rumo de um cooperativa são os próprios cooperados. Eles reúnem-se uma vez por ano, ou de acordo com as necessidades, em sessões extraordinárias. Sempre que houver algum assunto relevante, tem de ser decidido pelos associados.

O cooperativismo, em nível mundial, é muito forte na Europa, onde as mais famosas cooperativas localizam-se na Espanha. “A relação com o empresário europeu é mais tranqüila, pelo fato de serem bem informados sobre o assunto. No Brasil há uma resistência, porque o empresário fica temeroso por causa das cooperativas fraudulentas, as quais procuramos combater, já que realizamos um trabalho sério e de credibilidade”, explica Gouvêia.



## Onde tem proteção e segurança contra incêndios, tem Gascom.

- 1 **Premium.** Auto-Bomba-Tanque para combate à incêndios classes A, B ou C, utilizando água e ou espuma. Com cabine auxiliar para 4 pessoas.
- 2 **Caixa Bomba.** Conjunto de transmissão e bomba para incêndios, pelo PTO do câmbio ou Cardan principal do veículo.
- 3 **Canhão Monitor.** Para combate a incêndios e resfriamento de tanques utilizando água e ou espuma. Fabricado nas versões fixo e portátil.
- 4 **Carretel Mangotinho.** Para combate à incêndios, utilizando água, espuma, CO2 ou PQS. Fabricado em vários modelos e montagens.
- 5 **Probomba.** Bombeiro florestal para combate à incêndios e queimadas programadas.
- 6 **Kit Combat.** Unidade compacta, rebocada ou embarcada, para combate a incêndios e queimadas programadas com água e espuma.
- 7 **Sistema Portátil Proporcionalador - Lançador de espuma classes A e B.** com tanque mochila-costal de concentrado.

E-mail: [gascom@ccinet.com.br](mailto:gascom@ccinet.com.br)  
<http://www.gascom.com.br>

1

2

3

4

5

6

7

Tel. (0xx16) 645.3622  
Fax (0xx16) 645.1122

**Gascom Equipamentos Industriais Ltda.**  
Sertãozinho SP



# EMPRESA FAMILIAR:

## competência e confiança na administração

*Nos dias de hoje, aperfeiçoar os familiares ou contratar executivos aptos a dirigirem a empresa é primordial*

*Vanessa Cecilia da Silva*

A providência tomada pela maioria das empresas é a profissionalização dos negócios. As famílias passaram a compor os conselhos de administração e os cargos executivos foram ocupados por profissionais especializados. Muitos grupos familiares já perceberam que é fundamental ter um direcionamento independente do líder intelectual; quem não percebeu corre perigo no mercado global. “O representante familiar tem que ser preparado tecnicamente, com bons cursos de atualização, para ficar compatível com o nível dos executivos da sua companhia.”, diz diretor da Papyrus, Marco Ramenzoni.

O tema gestão familiar é um assunto que anualmente é discutido em escolas especializadas para altos executivos, como o ISE - Instituto Superior da Empresa. “As principais dúvidas dos líderes empresariais, seus sucessores e contratados são como o governo da empresa (conselho de administração) deve proceder; como os sucessores devem ser preparados; quais os diferentes papéis dos sócios familiares e como conciliar e manter profissionais talentosos que não fazem parte da família”, explica o professor e diretor geral do ISE, Paulo Roberto Ferreira.

A IBEMA – Companhia Brasileira de Papel -, há mais de 40 anos no mercado fabricando papel cartão e papéis para imprimir e escrever, é uma empresa familiar que há 10 anos decidiu profissionalizar-se e, desde então, vem obtendo os resultados al-

mejados. “Um dos fatores determinantes é a vontade dos acionistas. O conflito entre tomar essa decisão e o sentimento de perda do controle, levam a algumas interferências que podem gerar instabilidades”, alerta o diretor-presidente da IBEMA, Rui Brandt. Ele participa, desde o início, desse processo e, há 8 anos, ocupa o cargo de presidente na companhia.

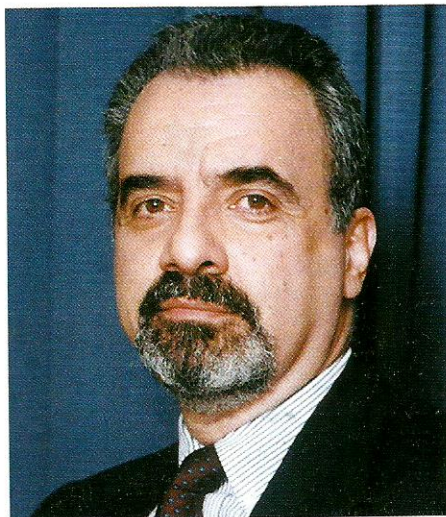
Segundo ele – executivo que vivencia o outro lado da mesa – a adaptação à nova condição é complicada se não houver cooperação e transparência de ambas as partes. Na IBEMA, essas mudanças foram en-

caradas com tranqüilidade. A liderança de um dos acionistas foi apoiada pelos demais, e conseqüentemente, foram definidas e aceitas as regras que fizeram com que as coisas acontecessem. O diretor-presidente explica que para se chegar a um equilíbrio necessário tem que existir conscientização, liderança efetiva e uma proposta de desprendimento por parte da família. “O acionista tem que sair do dia-a-dia da empresa. É fundamental que seja estabelecido um sistema de informações que faça com que ele se sinta seguro e confiante em relação aos acontecimentos”, porém, Brandt alerta, “deve haver um cuidado especial: o executivo não pode se posicionar como representante de qualquer um dos membros da família. Ele tem que ser o homem da empresa”.

### A transformação do Estado

Em 99, o Grupo Estado completou 125 anos de existência e, há 110, está sob o controle da família Mesquita. “Isso é coisa rara. São poucas empresas familiares no mundo que conseguem administrar uma companhia por tantos anos”, diz o diretor-superintendente do grupo, Francisco Mesquita Neto.

Hoje considerado um dos mais importantes veículos de comunicação do país, o Estado de S. Paulo também passou por transformações profissionais ao longo desses anos para se ajustar às exigências mundi-



*Paulo Roberto Ferreira,  
professor e diretor geral do ISE:*

*“As principais dúvidas dos líderes empresariais, seus sucessores e contratados são: como o governo da empresa deve proceder; de que forma os sucessores devem ser preparados e quais os diferentes papéis dos sócios familiares”*



ais. “O grupo encontra-se bem posicionado no mercado, o que resulta em investimentos direcionados a vários setores, inclusive no de celulose e papel”.

Normalmente, os problemas enfrentados por empresas familiares surgem na hora das sucessões. Para evitá-los, a próxima geração deve ser preparada pela anterior para que tenha uma visão clara e precisa das suas funções, responsabilidades e da empresa como um todo. O Grupo Estado já é operado pela quarta geração dos Mesquitas, que foi direcionada pela terceira para assumir o controle. “Para a quinta já está sendo designada uma série de acordos que prevêm como a nova geração atuará. Apesar das transições não serem tranqüilas, até mesmo traumáticas, tem que haver muita conversa entre os familiares, principalmente fora da empresa”, aconselha Mesquita Neto.

De acordo com o diretor-superintendente da companhia, até a terceira geração, as posições hierárquica ficavam sob o comando da família: um membro na área financeira, outro na industrial e dois na redação. “Essa filosofia mudou. Hoje os altos cargos também passaram a ser ocupados por executivos especializados”.

O processo de profissionalização de uma empresa familiar não acontece da noite para o dia. São etapas desenvolvidas no decorrer dos anos, baseadas em acordos, respeito e competência. “Na minha opinião, nada impede que um membro da família ocupe a direção da empresa, contanto que ele seja um bom profissional e acima de tudo eficiente para isso”, enfatiza.

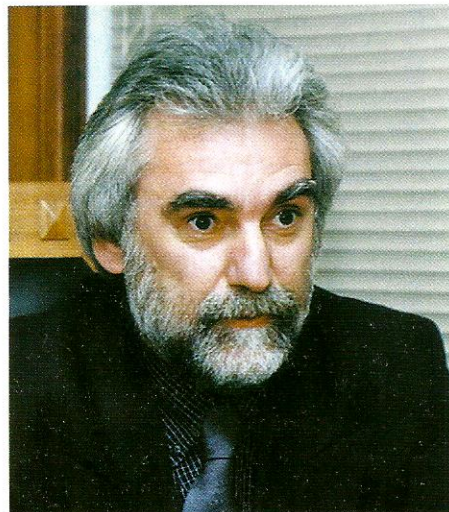
Uma das principais evoluções do Estado foi a implantação de dois conselhos: o Administrativo e o Consultivo, constituídos por seis representantes cada, sendo que o primeiro pela família e o segundo por profissionais contratados.



**Marco Ramenzoni,**  
diretor da Papyrus Indústria de Papel S. A

*“O que normalmente acontece nas empresas familiares é que a liderança fica voltada para um centro estratégico que é o fundador. Se alguma acontecer com, o líder acaba-se perdendo o controle”.*

Baseado na sua experiência, Francisco Mesquita Neto frisa, “Para o sucesso de uma companhia alguns fatores devem ser levados em consideração. É essencial muita troca de



**Rui Brandt,**  
presidente da IBEMA  
Companhia Brasileira de Papel:

*“O acionista tem que sair do dia-a-dia da empresa. É fundamental que seja estabelecido um sistema de informação que faça com que ele se sinta seguro e confiante em relação aos acontecimentos”*

idéias, respeito, jogo de cintura e, principalmente, muito diálogo entre os seus membros. Mesmo com a hierarquia familiar dentro da empresa você é um profissional com direitos e deveres e que acima de tudo tem que ser competente tanto quanto um executivo que compõe a sua equipe. Os empresários que não seguem essa linha de pensamento quebram”.

## Mudanças radicais

A Companhia Souza Reis, especializada na fabricação de agendas, cadernos e utilidades em papel, já foi um dos destaques no mercado brasileiro tendo alcançado um faturamento anual da ordem de US\$ 20 milhões, processando 6.000 ton/ano de papel. Porém, há cinco anos, vem enfrentando dificuldades financeiras, mercadológicas e de capital de giro.

A empresa nasceu, em 1970, da sociedade entre João Rodrigues de Souza e Silva (que trabalhou muitos anos na Tilibra S/A) com seu filho Carlos Roberto e cunhado Arlindo dos Reis. Com a morte de Arlindo, em 72, a direção ficou com os três filhos da família Souza até 86. Neste ano houve uma cisão na sociedade, com a saída de um dos herdeiros que optou em constituir negócio próprio. No segundo semestre de 1998, Carlos afastou-se da empresa após sofrer um infarto, e logo, em seguida, no início de 99, João de Souza veio a falecer e sua esposa assumiu juntamente com os outros dois acionistas.

No últimos anos, a Souza Reis vem enfrentando sérias complicações que estão afetando a sua participação no mercado. As dificuldades associadas à questão do afastamento do sócio gestor impulsionaram o projeto de profissionalização. Com a decisão tomada, a família afastou-se de todas as operações, delegando poderes de gestão. “A indefinição de estratégias e metas consensuais imobilizaram a administração nos últi-



mos anos e o resultado foi a punição severa do mercado com todas as suas conseqüências. Tínhamos que colocar a casa em ordem”, diz o diretor-superintendente da Souza Reis, Herbert Lopreto. O executivo já atuou em grandes empresas como a Sharp e a Klabin, é hoje quem dirige a companhia. Segundo ele, as dificuldades surgidas impulsionaram a empresa a sair do comodismo e a dar início ao processo.

O primeiro passo – a exemplo do Grupo Estado – foi constituir um conselho administrativo com a diretoria superintendente e os membros da família, que discutiu e aprovou um plano de ação delineando as diretrizes básicas e as metas a serem alcançadas a curto, médio e longo prazo. Desde então, todos os meses é apresentado ao conselho um relatório de desempenho para análise e acompanhamento. “Estamos realizando mudanças para renovar, e viabilizar a empresa, trabalhando para reagir ao novo cenário, tanto interno quanto externo. Grandes desafios foram enfrentados e vencidos e outros estão merecendo dedicação e empenho. Sofremos algumas derrotas, mas o saldo tem sido favorável e o caminho escolhido não tem alternativa de volta”, ressalta Lopreto.

O diretor - superintendente da Souza Reis explica que, para se colher bons frutos com a profissionalização, precisa-se seguir algumas normas: confiança no executivo contratado; compromisso da família com as mudanças; respeito às decisões tomadas e aprimoramento contínuo. “Erros e acertos são fatos inerentes ao processo e não devem servir de motivo para desistência ou acomodação. Ousadia, criatividade e competência são resultados da prática. Não podemos nos conformar. Temos que buscar, sempre, os resultados que tornarão possíveis a recuperação e o crescimento da empresa”, conclui Herbert.

## MERCADO DE TRABALHO: executivo precisa ser flexível

A um passo do novo milênio, experiências de vários anos em multinacionais, MBA e fluência em diversas línguas, não bastam. Hoje as empresas querem mais. Procuram quem alie competência à flexibilidade. Um profissional ágil, nada limitado, apto às mudanças constantes e velozes e que apresente mais soluções do que problemas é o perfil caçado pelas organizações mundiais. O executivo trancado em quatro paredes de um escritório, pajeado por uma secretária, atrás de uma dezena de papéis, é uma realidade desgastada, até mesmo, considerado por alguns, um modelo primata de atuação. “Hoje em dia, por exemplo, é o executivo quem manuseia o seu computador e faz suas próprias ligações”, explica o *headhunter* Hamilton Fonseca, que atua no mercado há 12 anos com sua consultoria de seleção de executivos, entrevistando, em média, por vaga disponível, de 12 a 15 profissionais.

Para ele, o longo período de turbulências, as pressões inflacionárias e o excesso de intervenções na economia foram fatores que contribuíram para a formação de um estilo gerencial adaptável a tantas intempéries. Em outras palavras, o executivo brasileiro aprendeu a dançar conforme a música. “O novo cenário quer contar com pessoas que sejam, antes de tudo, empreendedores, isto é, pró-ativos diante das transformações do mundo, das empresas e do trabalho”, alerta. Segundo Fonseca, em primeiro lugar, o empreendedor deve primar pela autoconfiança, capacidade de captar o que acontece ao seu redor e prever o que está por acontecer.

Com o intuito de traçar um perfil do profissional brasileiro, o *headhunter* realizou um estudo junto a 300 executivos – sendo que 180 eram brasileiros, e o restante estrangeiros – de grandes e médias organizações, que se submetem a testes grafológicos e a uma verificação do software comportamental. “Esse estudo não pretende ser absoluto em suas conclusões, mas procura sugerir reflexões sobre o momento de ajuste e crescimento econômico, e em particular as “lições” aprendidas nos períodos de maiores adversidades”.

A faixa etária do público pesquisado oscila entre 35 e 55 anos, ficando a média em 45 anos. Os resultados foram baseados nos conhecimentos sobre o sistema econômico-financeiro, os aspectos sociais e psicológicos de suas carreiras e a percepção sobre as modernas exigências do mercado de trabalho. Constatou-se que o grupo pesquisado se dividia em três tipos de perfis. O primeiro, ligado à segurança profissional, revela que esses são os menos propensos a correr riscos, são carreiristas, pouco arrojados. O segundo, são pessoas que buscam o reconhecimento e que tendem a enfrentar desafios, porém com muita cautela. Já a terceira categoria analisada são os executivos que requerem mais autonomia e liberdade. Esses, sim, considerados empreendedores audaciosos na hora de correr riscos para alcançar os objetivos empresariais.

De acordo com a avaliação da pesquisa, no primeiro e segundo perfis predominam os profissionais estrangeiros que são mais defensivos e pouco estratégicos. Já os brasileiros se ajustam mais ao terceiro. “O executivo brasileiro corresponde melhor à reestruturação organizacionais e quem mais assimila rapidamente os modelos de gestão. São mais rápidos e flexíveis diante de processo de mudanças”, explica o *headhunter*.

Os profissionais têm que estar atentos às características exigidas no acirrado mundo empresarial como: aprender com rapidez, ter jogo de cintura para trabalhar em equipe. “A flexibilidade do executivo brasileiro serve como exemplo no exterior. Não é sem razão que muitas multinacionais consideram o Brasil como rota obrigatória para aperfeiçoamento de seus profissionais”, diz Hamilton Fonseca, que dá a dica: “Tem que ser auto-motivado e desenvolver poder de liderança a partir da transparência, ética e engajamento. O maior investimento que se pode fazer é em si mesmo. Apenas reagir às mudanças não significa mudar, mas antecipar-se a elas”.





STUDIO A FOTOLITO, GRÁFICA E EDITORA

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



## Brasilpack

A Brasilpack'2000 - Feira Internacional da Embalagem, acontece de 24 a 28 de Abril, no Anhembi, São Paulo. O evento - que recebe o apoio institucional da Bracelpa, é dirigido às indústrias de alimentos, bebidas, embalagens, higiene e limpeza, farmacêuticas, cosméticas, brinquedos, químicas etc - reunirá as principais empresas do setor, abrangendo a cadeia de embalagem, envase em geral, acabamento, área de produtos químicos e matérias-primas.

## Fórum Internacional Papelcartão

A Campanha do Papelcartão, coordenada pela Bracelpa e liderada pela Suzano, Ripasa, Papyrus, Miguel Forte, Ibema, Nobrecel e Klabin, acontece no dia 12 de abril, a partir das 12h, no Hotel Renaissance, em São Paulo. O IFórum Internacional da Embalagem em Papelcartão, com a presença de importantes representantes nacionais dos diversos segmentos relacionados à embalagem e de Ubrich Günthner da Pro Carton - a maior organização europeia de fabricantes de papel cartão, atuante em 14 países. No fórum, estarão sendo apresentados as últimas tendências do design em embalagem, peças premiadas no Pro Carton Awards em 1999, estudos científicos sobre o papel cartão, bem como novas soluções para embalagens.

## Papelão Ondulado fecha o primeiro bimestre do ano com vendas favoráveis

O setor de papelão ondulado, considerado a embalagem das embalagens, registrou nos dois primeiros meses de 2000 um crescimento de 4% nas vendas, em relação ao mesmo período do ano passado, somando 264,9 mil toneladas.

Os dados são do acompanhamento mensal feito pela ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado. Segundo o presidente da entidade, Paulo Sérgio Peres, as vendas de 135,6 mil toneladas em fevereiro ultrapassaram as previsões do setor e representaram aumento de 5,3% em relação a janeiro deste ano e de 8,3% quando comparadas a fevereiro de 1999. "O otimismo com que iniciamos o ano 2000 foi plenamente confirmado pelas vendas do primeiro bimestre", diz Peres.

# WWW.DEBARKING.COM

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

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

**Nicholson A7 Highspeed Debarcker**

Nicholson A7 Highspeed Automatic Debarcker is a new class of maximum performance debarker that is ready for the most difficult applications of today and tomorrow.

We started with a clean sheet of paper and unmatched experience based on the over 575 years of Nicholson series debarkers now producing the world. The result is a new generation of Nicholson Debarckers with the performance and durability to set the industry standard into the next century.

The heart of the A7 is a heavy perimeter frame that lets us go faster with far more reserve strength than previous single column designs.

The A7 is not only stronger, it is significantly simpler. The feedworks gears are driven by a simple and effective double reduction belt drive. The gear reducer and roller chain of the A5 series has been totally eliminated. This is the smoothest and most powerful feedworks drive that we have built to date.

We made the A7 fully enclosed to contain bark, control dust and maximize safety. The A7 is one debarker that doesn't have to be modified to fit into your vacuum based air quality improvement program, or your safety program. Integrated safety systems are provided for roll rotation, roll nesting, roll access, near

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

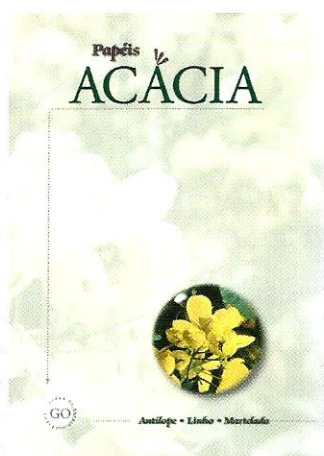
Leia os detalhes técnicos que podem ser muito importantes para a sua serraria ou picagem.

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



## Ripasa lança linha de papéis Acácia para o mercado gráfico

A Ripasa lançou no mercado uma nova opção de papéis especiais voltados para o mercado publicitário, os Papéis Acácia. Este novo produto, atende às necessidades de diretores de arte, designer e produtores gráficos, que sempre buscam alternativas diferenciadas para seus projetos. A linha apresenta-se em três tipos de gofragem (textura): martelado, linho e antilope. Outro diferencial é a versão em papel revestido e não revestido, além da cor marfim (creme) que por ser de alta opacidade e baixa reflexão à luz, torna a leitura mais agradável, destacando os trabalhos gráficos. A Ripasa tem como objetivo, em um ano, duplicar as vendas desse papel, que hoje possui uma capacidade produtiva de 2 mil toneladas/ano. Os investimentos iniciais, que giram em torno de US\$ 200 mil em equipamentos, devem retornar à empresa nos próximos dois anos.



## A Intermodal South America 2000 acontece em abril, em São Paulo

A segunda maior feira de transporte de carga e serviços para comércio exterior do mundo e a mais importante da América Latina, a *Intermodal South America 2000*, acontecerá de 12 a 14 de abril, no Expo Center Norte, São Paulo. Simultaneamente à Intermodal, serão realizadas conferências que debaterão e apresentarão soluções para o crescimento do comércio internacional. No dia 13 acontece a conferência internacional *Exporta, Brasil*, que discutirá uma maneira para reduzir a burocracia, a exportação de impostos e a falta de financiamento para o setor. Informações: [www.intermodal.com.br](http://www.intermodal.com.br) / E-mail: [intermodal@guiamaritimo.com.br](mailto:intermodal@guiamaritimo.com.br) - Tel: (11) 815-9900 / Fax: (11) 814-9473.

## CURSOS NA ABPO

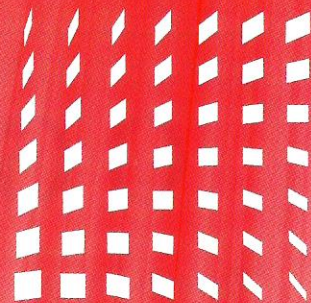
A ABPO - Associação do Papelão Ondulado, já está abrindo as inscrições para os cursos que são ministrados periodicamente em sua sede.

Os interessados nas atividades da ABPO podem solicitar o programa completo pelo telefone (11) 831.9844 ou E-Mail: [abpo@abpo.org.br](mailto:abpo@abpo.org.br). A sede fica localizada na Rua Brig. Gavião Peixoto, 646, Lapa.

**12 e 13 de abril:** como desenvolver embalagens de papelão ondulado

**10 e 11 de maio:** reciclagem para vendedores

## 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](http://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](mailto:mdk@sti.com.br)



Messe  
Düsseldorf



# O Governo Quer Diálogo

*“Tudo indica que nos cabe, por um lado, comemorar a histórica iniciativa governamental de abrir um diálogo mais produtivo e objetivo com a indústria”*

*Mário Higino N. M. Leonel(\*)*



Em reunião com a Diretoria da Bracelpa, o consultor João Bosco M. Machado, da FUNCEX-Fundação de Comércio Exterior, fez uma explanação sobre o trabalho que está sendo por ele coordenado, a pedido da CNI-Confederação Nacional da Indústria, para municiar as autoridades brasileiras que estarão encarregadas das negociações para criação da ALCA-Área de Livre Comércio das Américas e também *vis-à-vis* o Mercosul/União Européia e a Rodada do Milênio da OMC-Organização Mundial do Comércio.

Para realizar esse trabalho, a FUNCEX está consultando a indústria de celulose e papel, além de outros setores produtivos, a fim de deles recolher as recomendações de cada um, visando a montagem de uma lista de demandas e concessões que possibilitem que os representantes brasileiros negociem, baseados nas

informações dos próprios setores, sistemas internacionais de acesso a mercados.

No encontro que teve com a Diretoria da Bracelpa, o consultor da FUNCEX enfatizou diversas vezes que o interesse agora manifestado pelo governo em conhecer as recomendações dos setores produtivos tem um significado histórico, pois representa o atendimento de uma tradicional reivindicação das empresas privadas, no sentido de que o governo ouça suas preocupações e sugestões, na montagem das pautas de negociações internacionais.

A outra face dessa mesma moeda é, evidentemente, o fato de que, caso a indústria não forneça as recomendações solicitadas – quais as demandas que devem ser promovidas e quais as concessões que podem ser feitas – ou mesmo que os diversos setores façam propostas irrealistas, o governo entrará nessas negocia-

ções, que são fundamentais para o nosso futuro, munido apenas de suas próprias visões de conceitos, o que certamente não será propício para a indústria brasileira.

Tendo em vista esse quadro, tudo indica que nos cabe, por um lado, comemorar a histórica iniciativa governamental de abrir um diálogo mais produtivo e objetivo com a indústria; e, por outro, fazer o dever de casa, no nosso e nos demais setores, armando os negociadores brasileiros com informações e sugestões realistas, concretas, bem embasadas e efetivas sobre o que realmente precisamos conseguir e quais as concessões que queremos oferecer – recomendando inclusive, sempre que for o caso, propostas diferenciadas para cada país.

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





LATISPARCO

## Quem disse que papel não dá em árvore?

A Cenibra produz celulose branqueada de eucalipto, a matéria-prima para vários tipos de papel. E para assegurar a sua qualidade, vem investindo na mecanização da silvicultura e da colheita, utilizando tecnologia de ponta. Com um parque florestal que ocupa uma área de 213 mil hectares, de onde são retiradas anualmente 4 milhões de estéreos de madeira, a Cenibra vem oferecendo produtos de qualidade superior ao mercado internacional. Investindo em tecnologia e investindo na vida a Cenibra está trazendo desenvolvimento para a região onde atua e para todo o país.



Celulose Nipo-Brasileira S.A.



# Qualidade por dentro e por fora

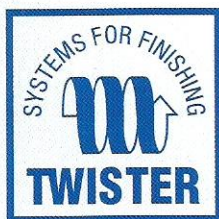
## Embaladora de Bobinas Twister

**Twister** a nova embaladora da Voith Sulzer, que utiliza apenas um formato de papel para embalar bobinas grandes e pequenas em processo espiral. Segurança no transporte e armazenamento, proteção contra danos mecânicos e variações climáticas.

- *Jul./2000 - Instalação da Twister Klabin Monte Alegre - PR*
- *Set./2000 - Instalação da Twister Klabin Bacell*

#### Suas características são:

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



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

**VOITH SULZER**  
PAPER TECHNOLOGY