

CELULOSE & PAPEL

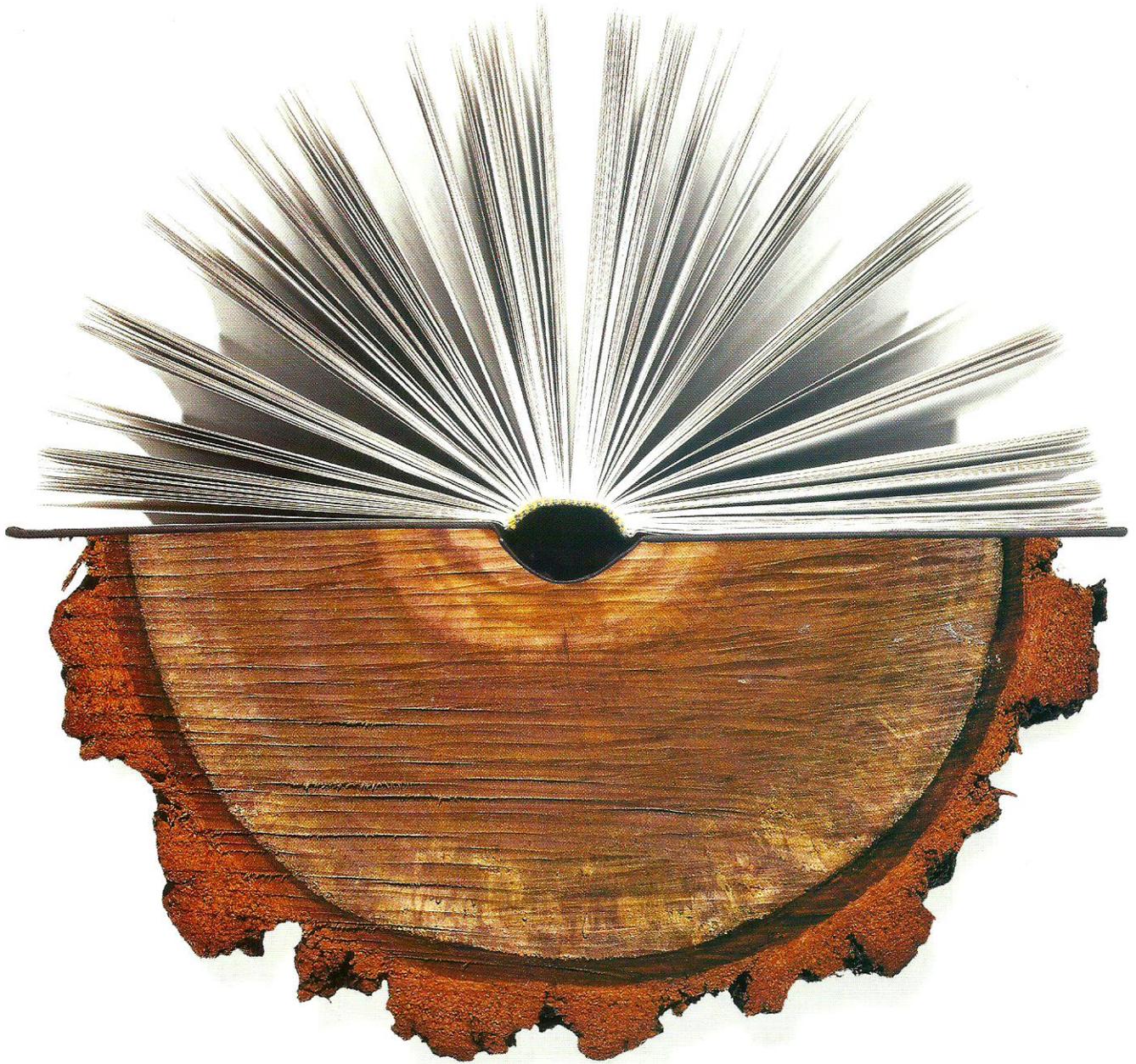
**CRESCER A PRODUÇÃO
DE EMBALAGENS**

**A RETOMADA DOS
INVESTIMENTOS**

**OS NÚMEROS
DO SETOR**

**RESULTADOS POSITIVOS
NO MERCADO GRÁFICO**

**ENTREVISTA
Célio Virgínio**



A Cenibra transforma eucalipto em excelência.

Extrair celulose do eucalipto. Para realizar essa tarefa, a Cenibra investe sempre em novas tecnologias, que têm garantido padrões de excelência ao longo de todo o processo e minimizado os impactos ambientais. Através de um desenvolvimento sustentado, a Cenibra planta tudo o que colhe e retira do eucalipto até a energia usada na sua linha de produção. Por isso, a celulose da Cenibra atende aos padrões exigidos pelo mercado. Além de investir em tecnologia de ponta, a Cenibra também investe no desenvolvimento social das comunidades onde atua. Sua abrangência beneficia 46 municípios e gera mais de 7 mil empregos em seu processo produtivo. É assim que a Cenibra transforma seu trabalho em grandes resultados para Minas e para o Brasil.



Investindo na Vida

Resultados

*Boris Tabacof**

Ao iniciar um segundo mandato à frente da Diretoria da Bracelpa, desejo agradecer a todas as empresas associadas, por seu apoio e pela renovação de sua confiança.

No mandato recém-concluído, nossa preocupação foi conduzir a Bracelpa de forma a que ela se constituísse em real alavanca de resultados para nossas associadas. Uma das estratégias que adotamos foi intensificar a atuação internacional, tendo em vista nossa colocação cada vez mais destacada no ranking mundial e a crescente globalização de questões que afetam o setor.

Nesse contexto, atuamos diretamente e com bons resultados na defesa de interesses do setor na Austrália, África do Sul, Chile, Estados Unidos, Argentina e Egito. Além disso, em 1999, a Bracelpa realizou em São Paulo – com total sucesso, que mereceu profusos elogios de todos os participantes – as reuniões do Fórum Internacional das Associações de Celulose e Papel e do Comitê de Papel e Produtos Florestais da FAO/ONU. Temos também atuado em foros como o Eco-Label União Européia, International Forest Industry Roundtable, CICEPLA, Mercosul, ALADI, ALCA e Organização Mundial do Comércio.

Na frente interna, intensificamos a permanente interface com o setor governamental, promovendo nossos interesses e pleitos. Merecem destaque a pesquisa, feita em convênio com a CEPAL, sobre incentivos fiscais e creditícios para plantio de florestas na



América Latina; a participação em estudo setorial de acesso a mercados, para subsidiar o governo, conduzido pela FUNCEX; e o estudo de competitividade do setor brasileiro, realizado por especialistas de renomadas empresas internacionais.

Além disso, em conjunto com a Sociedade Brasileira de Silvicultura, atuamos junto a autoridades e parlamentares para demonstrar que a expansão da área florestal é absolutamente indispensável para o aumento de nossa produção, saldos comerciais positivos e suprimento do mercado interno.

A Bracelpa demonstrou também sua capacidade institucional de suporte aos esforços mercadológicos das associadas, especialmente junto aos segmentos de Papel Couché e Papelcartão, através de pesquisas e estratégias de relações públicas e publicidade realizadas sob nossa coordenação.

Coerentes com nosso lema “Bracelpa de Resultados”, procuramos implementar todas as ações

institucionais e políticas importantes para o setor. Aliadas à melhora do mercado e dos preços internacionais, essas medidas propiciaram condições para que a eficiência e a competência dos dirigentes das nossas empresas compusessem um quadro extremamente positivo, que possibilitou os ótimos resultados alcançados por nossas empresas no primeiro semestre deste ano.

Mas a luta para que o setor goze de isonomia competitiva em todas as frentes, tanto no mercado interno como no externo,

tem sido – e continuará sendo neste segundo mandato à frente da Bracelpa – nossa suprema e ininterrupta missão, a fim de que a indústria possa preservar e ampliar sua capacidade concorrencial. Nesse quadro, é fundamental notar que a melhora das condições econômicas de nosso mercado, que estamos observando, ainda se ressentem da inexistência de capital de acesso fácil, em volume suficiente e a custo razoável, para que possamos financiar nossa expansão industrial.

Essa expansão é imperiosa para preservar nossa competitividade global, continuarmos a produzir superávits comerciais anuais, suprir o mercado interno e gerar empregos no Brasil, para brasileiros. E também para manter e aprimorar ao máximo possível nossa posição de player global, tão duramente conquistada através de décadas.

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

A revista **Celulose & Papel** é órgão oficial da Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel
Rua Afonso de Freitas, 499
CEP 04006 - São Paulo - SP
Fone: (11) 3885-1845
<http://www.bracelpa.com.br>

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

Conselho Consultivo
GT2 Divulgação



Não contamine
USE PAPEL

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

UNIPRESS
EMPRESA DE COMUNICAÇÃO

Diretoria
Alaôr José Gomes
Reginaldo Finotti

Diretor de Redação e Editor
Reginaldo Finotti

Redação
Lucas Proença
Simone Paranhos
Sílvia Pimentel D' Alessio
Vanessa Cecília da Silva

Fotos
Alex Silva

Revisão
Tânia Teófilo

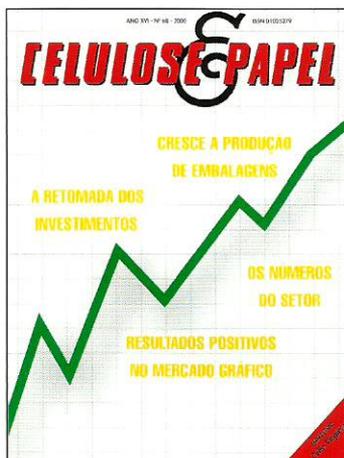
Arte e Editoração
Ricardo Nabarrete

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@mtecnetsp.com.br

Fotolitos e Impressão
Studio A



Mais investimentos

A Indústria de celulose e papel vem respirando mais aliviada, o que resulta em aumento da produção e investimentos nesse setor que, no início de 1999, passou por momentos difíceis por conta das crises da Ásia e da Rússia. Os investimentos deverão girar em torno de US\$ 5,5 bilhões nos próximos anos.

6

Informatização não reduz consumo de papel

Superado o boato que o papel teria fim, com a chegada da informática, jornais e revistas vêm mantendo um relacionamento estreito com a mídia eletrônica. O mercado gráfico tem boas expectativas para este ano e estima que o desempenho, em 2000, será muito favorável.

10

GENTE

Célio Virginio, presidente da Pisa, um amante dos esportes. Dedicou-se ao basquete, há muitos anos, e ao mergulho, praticando caça submarina. Além disso, gosta de curtir, em sua casa de praia, localizada próxima a Parati, os pequenos Felipe e Júlia, ao lado da esposa Ivete.

18

EMPRESA

A Gordinho Braune foi fundada em 1910, uma das primeiras empresas brasileiras de celulose branqueada de eucalipto, e hoje é considerada uma das fábricas mais antigas da cidade de Jundiaí (SP). A companhia, do Grupo Jandaia, em 99, produziu 22.800 toneladas de papel, e para este ano estima um incremento nesse resultado de 10%.

21

EMBALAGEM

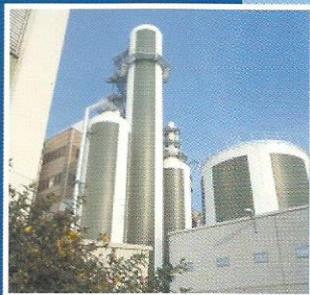
A embalagem tem que ser bonita e tecnologicamente preparada para comportar os produtos por ela embalados. Segundo o diretor da Pantani, empresa de design, 80% dos consumidores decidem suas compras nos pontos-de-vendas. O mercado de embalagens, em 99, apresentou um crescimento de 7,8% comparado com o ano anterior.

25

E MAIS

Números do setor	14
Evento	24
Expansão	28
Noticiário	30
Opinião	34

CONHECIMENTO TRANSFORMADO EM SISTEMAS



As inovações da Kvaerner Pulping ao longo dos anos lançaram as bases para as mais avançadas tecnologias na área de polpação química hoje existentes.

A Linha de Fibra Kvaerner consiste de vários sistemas, tais como Cozimento Contínuo Compact Cooking™, Lavagem, Deslignificação por Oxigênio e Branqueamento ECF ou TCF, cada qual apresentando soluções singulares em termos de processo e equipamentos Kvaerner.

Sejam separados ou combinados para formar uma linha de fibra completa, estes sistemas são reconhecidos mundialmente pela garantia total de desempenho que oferecem.

As tecnologias da Kvaerner Pulping permitem uma redução substancial nos custos de equipamentos, operação e manutenção, bem como nos consumos de energia elétrica, água e químicos.

Como resultado, uma polpa de alta qualidade é produzida em todo o mundo através dos equipamentos da Kvaerner Pulping, todos preservando as condições ambientais.

Novos recursos aceleram expansão do setor de Celulose e Papel

Lucas Proença e Simone Paranhos

Passado os momentos difíceis, gerados pelas crises da Ásia e da Rússia, os investimentos no setor começam a despontar e, nos próximos cinco anos, deverão girar em torno de US\$ 5,5 bilhões.



Assim como na teoria econômica sobre os movimentos cíclicos do sistema capitalista - em que tempestades e bonanças se alternam mais do que gostariam seus executores -, a indústria de celulose e papel no Brasil vive atualmente seu ciclo de prosperidade. Vários fatores contribuem para estimular a produção e os investimentos. A recuperação começou no ano passado e deixou para trás a fase difícil, em grande parte provocada pelas crises da Ásia e da Rússia. A Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa) estima que os investimen-

tos no País, já em curso em muitas empresas, devem ultrapassar a casa dos US\$ 5,5 bilhões nos próximos anos. Isso é mais do que sugere um estudo elaborado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para o período de 2000 a 2005, embora, dizem alguns analistas, a cifra ideal para não comprometer a produção e as exportações seja de US\$ 10 bilhões para os próximos cinco anos.

De acordo com a direção do BNDES, principal financiador do setor papeleiro, a estimativa feita pelo banco para que o País não perca mer-

cado foi feita no ano passado, quando as exportações estavam em queda. Até 2015, porém, ainda segundo a direção do BNDES, o Brasil poderá responder pela metade da demanda adicional de 15 milhões de toneladas para celulose de fibra curta no mercado internacional. Com os projetos de expansão já anunciados, a capacidade de produção do País deverá chegar a 10 milhões de toneladas até 2005.

A combinação de acontecimentos favoráveis caminha para que investimentos cada vez maiores se tornem realidade, a começar pela alta do pre-

ção da celulose no mercado internacional (US\$ 690 a tonelada, registrada no mês passado (junho), contra US\$ 440 no início de 1999), desvalorização cambial, receita de cerca de US\$ 3 bilhões para este ano com exportações e excelente fluxo de caixa nas empresas. O resultado direto é o crescimento da produção de pasta celulósica verificada nos primeiros cinco meses deste ano, que ficou em 3,1 milhões de toneladas. No mesmo período do ano passado, a produção total foi de 2,9 milhões. Só na produção da pasta de fibra curta, especialidade brasileira, o crescimento nos cinco primeiros meses do ano foi de mais de 86 mil toneladas (2,3 milhões contra 2,2 milhões no mesmo período de 1999).

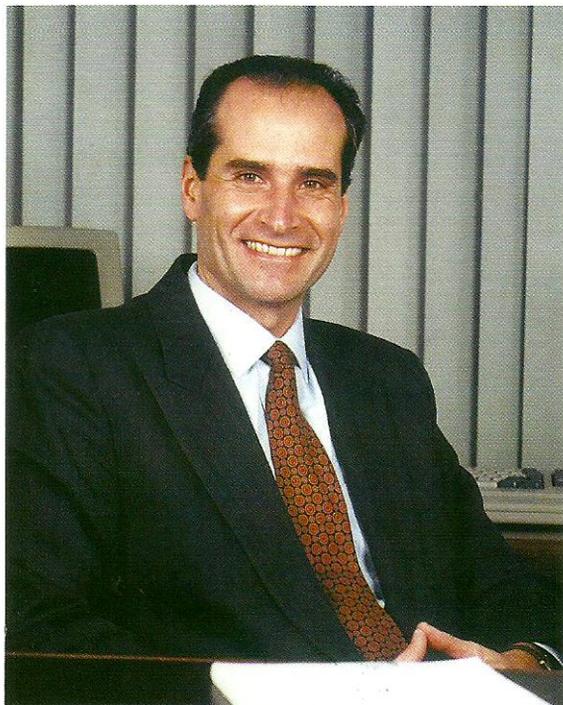
Mas como tudo na vida tem um senão: o das companhias do setor é o esgotamento da capacidade instalada. O crescimento acelerado já fez acender a luz vermelha ao indicar que mais de 92% das máquinas estão trabalhando a pleno vapor para suprir a demanda. Daí a importância da entrada de novos recursos na montagem de outras linhas de produção. Com base nessas cifras, multinacionais estrangeiras começam a dar suas cartas de olho em parceiros brasileiros na mesa do jogo internacional.

Negociações em torno de fusões e aquisição de capital têm se tornado constantes, com farto material para matérias de jornais e revistas. Para as companhias brasileiras, a entrada de um sócio estrangeiro pode significar ao mesmo tempo mais dinheiro para incremento da produção e eliminação de mais um concorrente de peso no cenário mundial. O capital estrangeiro que aporta nas paragens nacionais, no entanto, não deve vir para construir novas fábricas, na grande parte dos casos. “Eles chegam para com-



Diretor executivo da Trombini Papel e Embalagens S/A, Ítalo Trombini:

“O setor está se abrindo, justamente por conta da globalização”



Diretor superintendente da Votorantim, Raul Calfat:

“A Votorantim está em fase de complementação da engenharia básica para expansão de sua fábrica em Jacareí, em São Paulo, com aumento de 400 mil toneladas/ano de celulose e investimentos de US\$ 550 milhões”

prar o que já existe”, afirma Ítalo Trombini, diretor-executivo da Trombini Papel e Embalagens S/A. “Nesse segmento”, continua ele, “ninguém vai botar fábrica nova. Agora é que o setor está se abrindo, justamente por conta da globalização”. A complexidade de se montar uma nova planta produtiva se dá justamente pelos enormes recursos envolvidos, além do longo período de maturação da matéria-prima, por exemplo.

Cálculos de profissionais do setor dão conta de que com menos de US\$ 850 milhões ninguém põe uma fábrica de pé. Nesse montante, porém, não está incluída a floresta.

As empresas e os investimentos: um dos últimos lances em busca do incremento da produção e do faturamento foi dado pela Aracruz no início deste mês. A empresa anunciou planos de ampliar sua capacidade de produção para 2 milhões de toneladas/ano e investimentos de US\$ 840 milhões em nova linha de celulose na sua unidade no Espírito Santo. Dentro do seu projeto de expansão, a Aracruz, maior produtora mundial de celulose branqueada de eucalipto, também anunciou a compra de 45% da Veracel por cerca de US\$ 83 milhões, em parceria da Stora Enso, multinacional escan-dinava, e da Odebrecht. O plano ambicioso é construir uma nova planta no sul da Bahia, que exigirá investimentos da ordem de US\$ 1,5 bilhão.

A capacidade da nova linha de produção no Espírito Santo será de 700 mil toneladas anuais. Conjugada com a otimização das linhas existentes, o volume de 2 milhões de toneladas será atingido com aumento da base florestal da empresa em aproximadamente 72 mil hectares de plantio de eucalipto. As obras deverão ter início no segundo semestre com produção prevista para o terceiro trimestre de 2002. Dos

US\$ 840 milhões investidos, US\$ 220 milhões serão destinados a terras, florestas e outros investimentos.

Novos projetos: a Votarantim Celulose e Papel (VCP) está em fase de complementação da engenharia básica para expansão de sua fábrica em Jacareí (SP), com aumento de 400 mil toneladas/ano de celulose e investimentos de US\$ 550 milhões, informa Raul Calfat, diretor superintendente da VCP. A produção de celulose saltará de 800 mil toneladas/ano para 1,2 milhão de toneladas/ano. A empresa gastou US\$ 190 milhões no ano passado para elevar, já no primeiro semestre deste ano, a produção de papel de imprimir e escrever para 40 mil t/ano; celulose, 50 mil t/ano; e papel couché, 40 mil t/ano. “A VCP é a primeira empresa no mundo a introduzir o padrão de embalagem para papel cortado usando biopropileno, que torna a impressão mais atraente para o consumidor final”, destaca Calfat.

Além da expansão da produção de papel couché, a VCP passou a ser a primeira no mundo a produzir esse tipo de papel com aplicação de 14 gramas por face em matéria-prima isenta de pasta mecânica (denominado comercialmente por Star max).

A Companhia Suzano de Papel e Celulose também tem projetos de ampliar a capacidade de produção de celulose dos atuais 420 mil t/ano para 550 mil e investimento estimado em US\$ 107 milhões. Está prevista ainda para entrar em operação neste mês uma nova linha para corte e embalagem de papel de imprimir e escrever, com gastos de US\$ 4 milhões. O aumento será de 30% da capacidade instalada, ou 42 mil toneladas anuais. O incremento de produção desse papel, usado principalmente em escritórios, vem, curiosamente, em consequência da disseminação dos computadores, que acaba exigindo trabalho cada vez maior das impressoras. Esse mercado apresenta taxas de crescimento da ordem de 8% ao ano.



*Diretor geral da Klabin,
Josmar Verillo:*

“Os investimentos na unidade do Paraná permitirá a ampliação da capacidade de cartões em 50 mil t/ano de cartões revestidos”

E os investimentos não param por aí. Recentemente a Klabin Argentina S.A, uma subsidiária das Indústrias Klabin de Papel e Celulose, adquiriu a Igaras Papéis e Embalagens S. A, que foi vendida pela Cia Suzano e a Riverwood International Corporation. “A Aquisição da Igaras está em linha com a orientação estratégica da empresa. A adição desses ativos de alta qualidade à forte plataforma já existente irá criar uma companhia ainda mais habilitada a competir no mercado global”, ressaltou Josmar Verillo. O negócio foi acertado em US\$ 510 milhões, incluindo-se nesse montante, os passivos financeiros de US\$ 112 milhões que serão assumidos pela Klabin. Com a compra, a empresa disputa a liderança do segmento de papelão ondulado, passando a deter um terço do mercado nacional. Com a venda da Igaras, a Suzano concentrará o foco em seus principais negócios: papel, celulose e petroquímica.

A Klabin continuará a investir. O diretor-geral da empresa, Josmar Verillo, prefere não falar em valores, mas afirma que neste ano os investi-

mentos na unidade do Paraná permitirão a ampliação da capacidade de cartões em 50 mil t/ano, o que proporcionará produção de 300 mil t/ano de cartões revestidos. “Estamos ainda investindo na ampliação da capacidade de papel na unidade de Santa Catarina. O papel vai ser de uma gramatura menor e terá uma ampliação de 30% na metragem quadrada produzida, o que aumenta a nossa capacidade para produtos convertidos (sacos multifolhados) em 30%”, afirma. Ainda de acordo com Verillo, “o segundo semestre se vislumbra como muito melhor que o primeiro. A economia dá sinais de recuperação e não temos previstas mais paradas de manutenção, como aconteceu neste semestre, a não ser na unidade de Santa Catarina. Vamos estar a plena capacidade, exportando o excedente que o mercado interno não absorverá”.

Em associação com a Klabin, a norueguesa Norske Skog pretende investir US\$ 500 milhões numa nova máquina de papel-jornal com capacidade para produzir 350 mil toneladas anuais. Os estudos para a implantação de um novo equipamento para papel de imprensa no Brasil, feito pela empresa norueguesa, ainda não chegou ao final, informa a Klabin.

Outra que trabalhou com a forte possibilidade de investimentos no semestre passado foi a Celulose Nipo-Brasileira S/A (Cenibra), controlada pela Companhia Vale do Rio Doce. A Cenibra começa a desengavetar um projeto para aumentar de 805 mil toneladas anuais de celulose branqueada de eucalipto para 1 milhão de toneladas, com investimentos ao redor de US\$ 180 milhões. Os sócios japoneses da empresa viram que podem tirar enormes vantagens depois da alta do preço da celulose e da desvalorização cambial, que tornou os produtos brasileiros bem mais atraentes aos outros países.

ECO TECH

**Maior Economia e Produção
com Menor Investimento**

© FICORHACIL



Desenvolvida para produção de papel com alta qualidade, as máquinas ECO TECH utilizam tecnologia de ponta para maior economia e produção, aliada a um baixo investimento. Resultado de intensas pesquisas e do estreito relacionamento com os clientes, a produção de uma máquina ECO TECH pode chegar a 300ton/dia. É a **Voith Paper** fazendo o seu papel, atendendo e superando as expectativas do mercado. ECO TECH. Tecnologia com Economia.

Voith S.A.
Máquinas e Equipamentos

Rua Friedrich von Voith, 825
02995-000 São Paulo SP Brasil
Tel.: 55(0) 11 3944.4700 **Novo**
Fax: 55(0) 11 3944.4968 **prefixo**

VOITH PAPER

SEM MEDO DA MÍDIA ELETRÔNICA

Bastante vulnerável aos rumos da economia, o mercado de livros e revistas deve fechar 2000 com desempenho favorável, apesar da forte retração que o primeiro sofreu no ano passado.

Silvia Pimentel D' Alessio



Aparentemente superada a discussão sobre o fim da mídia impressa frente ao advento e rápido avanço das mídias eletrônicas e da Internet, o que se vê no momento é que todos os atuais meios de comunicação - eletrônicos, jornais, revistas - se complementam de forma harmoniosa, cada qual procurando se adaptar rapidamente às novas realidades de um mercado cada vez mais competitivo e globalizado.

Os jornais, segundo prognóstico feito recentemente durante o 53º Congresso Mundial de Jornais, no Rio de Janeiro, estão recorrendo cada vez mais a essas tecnologias como forma de transmitir o mais rápido possível a informação. O foco da discussão saiu da morte da mídia impressa para as vantagens que a eletrônica pode trazer até para aumentar o mercado da primeira.

Na visão do presidente da Abigraf - Associação Brasileira da Indústria Gráfica, Max Schrappe, o próprio avanço das mídias eletrônicas abre mercado para a impressão. Segundo ele, ao se comprar um computador top de linha, para se ter acesso mais fácil e rápido à Internet, o primeiro gesto do consumidor é folhear o manual de instrução, genuíno produto da indústria gráfica. "A Internet, pelo contrário, está levando os jovens a voltarem a ler e escrever, impulsionando, de certa forma, o mercado de livros, sem falar nas vendas pela rede", avalia o presidente da Câmara Brasileira do Livro, Raul Warssermann.

A grande ameaça ao crescimento do mercado da comunicação impressa e também das novas mídias eletrônicas no Brasil, na opinião do presidente da Abigraf, assim como ocorre em outros países em desenvolvimento, é a exclu-



Raul Warssermann,

Presidente da Câmara Brasileira do Livro:

"A Internet está levando os jovens a voltarem a ler e escrever, o que de certa forma, impulsiona o mercado de livros"

são social de grande parte da população à cultura e informação, já que 44,7% dos brasileiros, em geral, não leem e, portanto, não consomem itens da comunicação impressa e nem da eletrônica. Outro agravante é o baixo poder aquisitivo de parcela significativa da população, o que acaba por inviabilizar a compra frequente de livros, jornais, revistas e computadores.

Choque cambial aumenta demanda de gráficas brasileiras

Apesar de ter ocupado a terceira posição da indústria gráfica, em termos de crescimento, no ano passado, o segmento editorial continua liderando o mix de faturamento, representando 24% do total.

Incluindo a impressão de livros, revistas e fascículos, o segmento teve um faturamento, em 1999, de R\$ 2,29 bilhões, contra R\$ 1,83 bilhão, em 1998, representando uma expansão de 24,14%.

Uma das razões para esta performance foi a substituição das importações, provocada pelo choque cambial de 99, o que gerou um encarecimento da impressão de produtos fora do Brasil. É por esta razão também que a balança comercial da indústria gráfica apresentou recuo de 50,8% em seu déficit, passando de US\$ 302,4 milhões, em 98, para US\$ 148,7 milhões. “Até o final do ano,



Diretor setorial de Impressão de Livros e Revistas da Abigraf,
Luis Carlos Gioia:

“Há uma expectativa de crescimento de 3% a 4% do segmento editorial”

mantida a atual conjuntura econômica, há uma expectativa de crescimento de 3% a 4% do segmento editorial”, acredita Luis Carlos Gioia, diretor setorial de Impressão de Livros e Revistas da Abigraf. Ele acrescenta que a tendência deste setor é distanciar-se ainda mais dos outros segmentos que compõem a indústria gráfica, entre os quais embalagens, formulários,

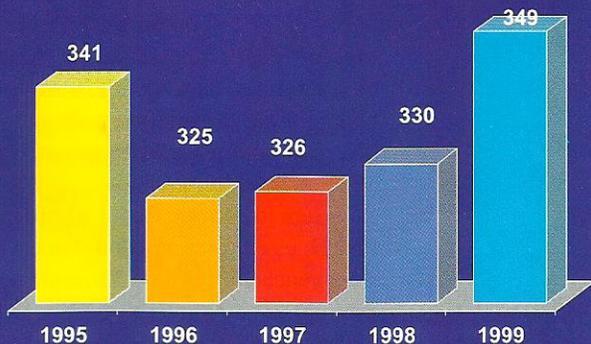
promocional, artigos de papelaria, impressos comerciais e pré-impressão.

Revistas: expectativa de maior participação no bolo publicitário

Mais lançamentos voltados para as classes C e D e a segmentação de títulos foram as estratégias escolhidas pelas editoras de revistas em 1999, um ano que prenunciava ser bastante difícil por causa da desvalorização do real, somada as expectativas pessimistas da economia. Segundo dados da Aner – Associação Nacional dos Editores de Revistas, o número de exemplares de revistas que circulam no mercado pulou de 330 milhões, em 1998, para 349 milhões, em 1999. “O ano de 99 foi marcado por forte competição, com o surgimento de novas editoras (Camelot, Peixes, entre outras). Outro fator que contribuiu para o crescimento do setor foi o lançamento de títulos para os segmentos populares (Revista Viva Mais, Minha Novela, Ana Maria) e o aumento da circulação das revistas semanais”, explica o presidente da Aner, José Salles Neto, acrescentando que o mercado deverá fechar o ano com bom desempenho, tanto em circulação quanto em publicidade, considerando-se o momento de solidez em que se encontra a economia.

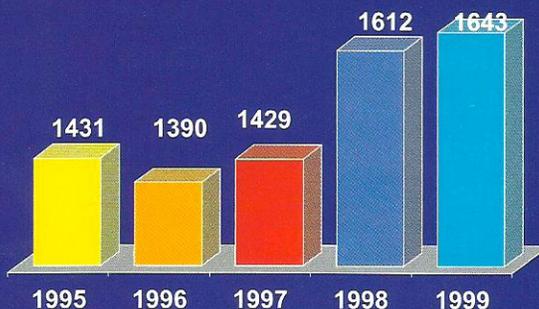
No ano passado, o faturamento publicitário do segmento de revistas totalizou de R\$ 788 milhões e alcançou um *share* de 9,8%, o melhor da década. “A meta para este ano é abocanhar um *share* de dois

Mercado de Revistas (milhões/exemplares)



Fonte: IVC e Estimativas Abril

Títulos de Revistas



Fonte: IVC e Estimativas Abril

dígitos no bolo publicitário”, espera Salles Neto, que também prevê mudanças no segmento. “A provável aprovação no Congresso da proposta da Emenda da Constituição de nº 203 DE 1995, que permite a presença de até 30% de capital estrangeiro nas editoras brasileiras, deverá trazer muitas novidades em termos de negócios”, explica.

Livros: editores apostam em recuperação até o final do ano

Dentro do setor editorial, o segmento que mais sofreu retração foi o de livros, cujo número de títulos e exemplares produzidos apresentou queda de 12% e 20% respectivamente, segundo dados de estudo da Câmara Brasileira do Livro, intitulado “Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro”.

Em 1998 foram editados 49.746 mil títulos, contra 43.697 em 1999. No mesmo período, foram produzidos 369.186.474 exemplares, contra 295.442.356. O faturamento caiu 21% e o número de exemplares vendidos apresentou queda de 29%. O estudo mostra que as editoras responderam de forma específica às dificuldades apresentadas pela crise, variando as reações segundo a capacidade econômica e a criatividade, tanto no que diz respeito à edição de títulos quanto às formas de vendas. “Em 1999, o

setor sofreu uma das piores crises dos últimos dez anos, com forte impacto, principalmente, no primeiro semestre”, admite o presidente da Câmara Brasileira do Livro, Raul Warssermann.



*Presidente da Aner,
José Salles Neto:*

“A provável aprovação no Congresso da proposta da Emenda da Constituição de nº 203 de 1995, que permite a presença de até 30% de capital estrangeiro nas editoras brasileiras, deverá trazer muitas novidades em termos de negócios”

Mas adianta que desde fevereiro, acompanhando a conjuntura econômica, o mercado vem se aquecendo e prova-

velmente o quadro se reverterá até o final deste ano. Os editores estão apostando, principalmente, no segmento de livros didáticos, que representam 60% do mercado nacional de livros.

É que está prevista a compra pelo governo, no âmbito do PNL D – Plano Nacional do Livro Didático, de 100 milhões de livros didáticos para distribuição nas escolas públicas. Em 1998, o governo reduziu o número de compra de cerca de 110 milhões em 1998, para aproximadamente 60 milhões em 1999, comprando livros didáticos apenas para a primeira série e somente livro para reposição nas séries subsequentes, o que contribuiu, em parte, para o fraco desempenho do segmento no ano passado.

Dentre todos os subsetores que compõem o mercado de livros, os científicos, técnicos e profissionais foram os únicos a aumentar o número de exemplares produzidos. Segundo o estudo da CBL, o aumento buscou atender a uma demanda gerada pela mudança de comportamento do consumidor, hoje muito mais interessado no aprofundamento do conhecimento, até para garantir-se no mercado de trabalho cada vez mais exigente. Outro fator que impulsionou o segmento foi o aumento do número de cursos de pós-graduação e o conseqüente crescimento de títulos editados para este mercado. Apesar do incremento da produção, o relatório aponta queda de 9% no faturamento, já que as editoras optaram por lançamentos a preços mais acessíveis.

O crescimento do mercado de livros depende não apenas de uma conjuntura econômica favorável, mas da equação de entraves estruturais. Enquanto o Brasil, com cerca de 165 milhões de habitantes, distribuiu este ano 72,61 milhões de livros didáticos no âmbito do PNL D, o México, cuja população é de 95 milhões de habitantes, entregou 170 milhões de exemplares, ou seja mais do que o dobro para uma população que representa 58% da brasileira.

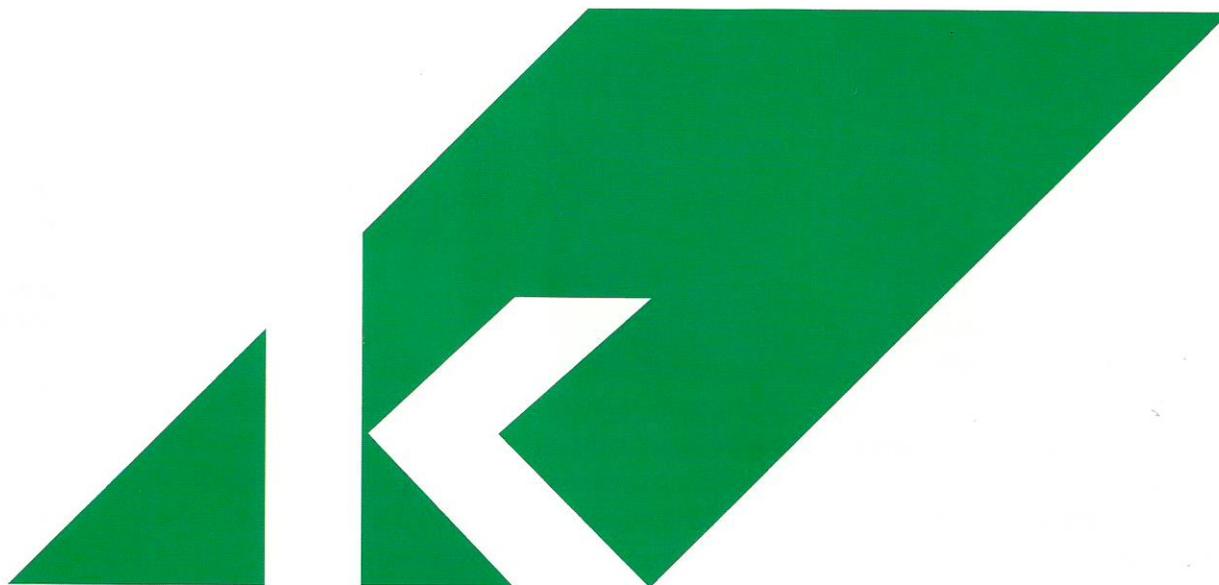
Além de tornar mais abrangente o PNL D, os editores acreditam que é necessário vencer outros desafios, entre os quais a ampliação do número de bibliotecas públicas e acervos, reformulação da rede de distribuição de livros, melhora da qualidade de ensino gratuito e redução da repetência e evasão escolares.

Principais Títulos

Título	Editora	Circ.Média(000)
Veja	Abril	1.126
Playboy	Abril	603
Seleções	R.Digest	519
Época	Globo	486
Claudia	Abril	447
Manequim	Abril	392
Viva Mais	Abril	356
Isto É	Três	354
S.Interessante	Abril	341
Veja S.Paulo	Abril	341

Fonte: IVC

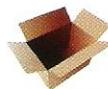
A Klabin renovou a sua marca.



E conquistou estas:



maior produtora brasileira de papel, com cem anos de tradição;



líder no mercado de embalagens e tissue;



auto-suficiente em madeira e celulose, com produção totalmente integrada;



única floresta do setor, localizada no Paraná, com certificado do Forest Stewardship Council.



Produção avança para limite da capacidade instalada das fábricas

Aumento da demanda no mercado interno resulta em correspondente queda no volume de exportações de celulose e papel.

Mas os preços continuam em firme recuperação internacional.

A persistência de pelo menos dois fatores favoráveis que impulsionaram o segmento de celulose e papel no ano passado – mudança da política cambial brasileira e recuperação dos preços internacionais – continua a convergir para um resultado tão ou mais favorável neste último ano do século e do milênio. Os preços internacionais regulados pela imutável lei da oferta e da procura continuam num crescimento ponderadamente baixo, mas firmes e persistentes, fluindo para

a formação de estoques sem exageros, mensurados em pelo menos 20% menos que os existentes em épocas anteriores, nas quais prevaleceu o excesso de oferta.

A oferta adicional de novas unidades de produção na região da Ásia está limitada ao mercado local, tendo a China como a maior consumidora, observando a sustentação dos preços internacionais nos novos patamares do comércio como forma natural e imprescindível de promover o retorno dos pesados investimentos concretizados.

Essa situação favorável, característica dos movimentos cíclicos de alta e baixa sazonais do setor, está permitindo um novo impulso à retomada da fase de investimentos na expansão da produção, uma necessidade apontada pelo BNDES como imprescindível à sustentação do fornecimento brasileiro de celulose e papel no mercado internacional nos mesmos níveis atingidos no presente. Já no ano passado, as vendas externas brasileiras haviam crescido de 9,3% (papel) e de 11,6%

PRODUÇÃO DE PAPEL (em toneladas)

PRODUÇÃO POR CATEGORIA

	jan-mai/99	jan-mai/00	Var. %
	2.821.766	2.910.662	3,2
IMPrensa	104.797	109.094	4,1
IMPRIMIR e ESCREVER	841.692	875.324	4,0
EMBALAGEM	1.296.157	1.318.933	1,8
SANITÁRIOS	236.736	236.821	0,0
PAPELCARTÃO	186.880	216.069	15,6
OUTROS PAPÉIS	155.504	154.421	-0,7

FONTES: Bracelpa

(celulose), resultando num saldo favorável da balança comercial setorial da ordem de US\$2 bilhões. A perspectiva para este ano é de um crescimento de 40% nesses resultados positivos.

As condições favoráveis à retomada dos investimentos no setor coincidem com o crescimento detectado da demanda mundial que, segundo institutos abalizados de pesquisa, deve manter-se numa faixa de 2,7% ao ano para a celulose e de 2,8% para papéis. Além da qualidade *world class* alcançada pela indústria brasileira, nossas fábricas contam com adequadas escalas de produção, equipamentos de elevada qualidade, constante renovação tecnológica e sustentam rigoroso controle ambiental. Tais fatores permitem ao setor ser mais competi-

vo e manter consideráveis vantagens comparativas para disputar o mercado internacional, o que o torna um dos segmentos industriais mais gabaritados para o programa governamental de crescimento das exportações. Seu potencial, entretanto, esbarra em pequenas barreiras de vantagens disponíveis pelos maiores competidores brasileiros e que têm travado o seu avanço no mercado mundial: a atividade florestal, por exemplo, carece aqui dos incentivos oferecidos pelos nossos concorrentes.

Conjuntura

Nos cinco primeiros meses do ano, segundo levantamento estatístico da BRACELPA, a produção nacional de celulose acusou

um avanço de 4,5% sobre o mesmo período de 1999, ao atingir 3.058 mil toneladas. Como o mercado doméstico, sempre prioritário, aumentou o consumo em 4,7% e as fábricas estão operando em sua capacidade máxima, o volume exportado nesse período registrou ligeira queda (3,9%).

Já a produção de papel entre janeiro e maio evoluiu de 3,2% sobre o ano passado, com um total de 2.911 mil toneladas. Para um aumento de 9,7% no consumo doméstico, a contrapartida foi uma queda de 9,1% no volume de exportações numa comparação com o mesmo período de 1999.

As importações no período, segundo a Secex, foram de 332.866 toneladas, 45,5% de papel de imprensa.



Os descascadores Demuth descascam toras com essa facilidade.



DDF 620



DDM 420

- Alta produtividade e eficiência.
- Na versão HS velocidade de descasque de até 110ml/min.
- Máquinas robustas, de simples concepção e grande durabilidade.
- O equipamento é modular, podendo ser dotado de dois rotores.
- Sistema único de pressão nas facas.
- Descasque de até 800mm de diâmetro, de diversas espécies, como pinus, eucalipto, acácia, entre outras.

DEMUTH Máquinas Industriais Ltda.
Rua dos Eucaliptos, 100 - CEP 93.334-160
Novo Hamburgo - RS - Brasil
Fone: (0xx51) 587.4011 Fax: (0xx51) 587.3955 / 587.5382
www.demuth.com.br - e-mail: demuth@demuth.com.br

DEMUTH

Máquinas e Facas Industriais

Todos os periféricos para o sistema de descasque:
mesa receptora · unitizador de toras
transportadores · classificador de toras

DESTINO DA PRODUÇÃO DE PAPEL (em toneladas)

CONSUMO PRÓPRIO

	jan-mai/99	jan-mai/00	Var. %
	625.889	633.967	1,3
IMPRESSA	0	0	0,0
IMPRIMIR e ESCREVER	7.434	7.582	2,0
EMBALAGEM	610.765	622.942	2,0
SANITÁRIOS	0	0	0,0
PAPELCARTÃO	4.004	593	-85,2
OUTROS PAPÉIS	3.686	2.850	-22,7

VENDAS DOMÉSTICAS

	jan-mai/99	jan-mai/00	Var. %
	1.610.515	1.766.225	9,7
IMPRESSA	91.158	110.758	21,5
IMPRIMIR e ESCREVER	459.069	573.678	25,0
EMBALAGEM	529.597	530.649	0,2
SANITÁRIOS	228.224	237.166	3,9
PAPELCARTÃO	169.313	175.477	3,6
OUTROS PAPÉIS	133.154	138.497	4,0

VENDAS EXTERNAS

	jan-mai/99	jan-mai/00	Var. %
	548.721	498.676	-9,1
IMPRESSA	7.750	5.382	-30,6
IMPRIMIR e ESCREVER	359.808	273.862	-23,9
EMBALAGEM	148.058	163.391	10,4
SANITÁRIOS	8.317	3.944	-52,6
PAPELCARTÃO	13.563	39.999	194,9
OUTROS PAPÉIS	11.225	12.098	7,8

FONTE: Bracelpa

DESTINO DA PRODUÇÃO DE PASTAS CELULÓSICAS (em toneladas)

VENDAS DOMÉSTICAS

	jan-mai/99	jan-mai/00	Var. %
	294.173	307.871	4,7
FIBRA LONGA	23.761	25.561	7,6
Branqueada	11.166	10.903	-2,4
Não Branqueada	12.595	14.658	16,4
FIBRA CURTA	246.635	260.761	5,7
Branqueada	237.235	251.177	5,9
Não Branqueada	9.400	9.584	2,0
PAR	23.777	21.549	-9,4

VENDAS EXTERNAS

	jan-mai/99	jan-mai/00	Var. %
	1.284.245	1.234.393	-3,9
FIBRA LONGA	86	313	264,0
Branqueada	0	63	0,0
Não Branqueada	86	250	190,7
FIBRA CURTA	1.283.805	1.233.729	-3,9
Branqueada	1.267.230	1.224.069	-3,4
Não Branqueada	16.575	9.660	-41,7
PAR	354	351	-0,8

FONTE: Bracelpa

PRODUÇÃO DE PASTAS CELULÓSICAS (em toneladas)

	jan-mai/99	jan-mai/00	Var. %
	2.926.819	3.058.352	4,5
FIBRA LONGA	541.416	569.523	5,2
Branqueada	35.929	30.667	-14,6
Não Branqueada	505.487	538.856	6,6
FIBRA CURTA	2.200.361	2.286.660	3,9
Branqueada	2.102.847	2.185.883	3,9
Não Branqueada	97.514	100.777	3,3
PAR	185.042	202.169	9,3

FONTES: Bracelpa



Os picadores Demuth picam toras com essa facilidade.



O picador DEMUTH, modelo DPD, foi idealizado para processar toras e gerar cavacos de altíssima qualidade destinados à fabricação de celulose.

- Máquina extremamente robusta.
- Placas substituíveis com revestimento anti-desgaste que protege o disco.
- Peças móveis fazem a fixação das facas.
- O sistema dispensa qualquer regulagem por ocasião da troca de facas.
- Projeto moderno e de simples construção, o que proporciona alto índice de disponibilidade e produtividade.
- Freio a disco do conjunto rotativo para parada rápida (aprox. 45 segundos).

DEMUTH
Máquinas e Facas Industriais

DEMUTH Máquinas Industriais Ltda.
Rua dos Eucaliptos, 100 - CEP 93.334-160
Novo Hamburgo - RS - Brasil
Fone: (0xx51) 587.4011
Fax: (0xx51) 587.3955 / 587.5382
www.demuth.com.br - e-mail: demuth@demuth.com.br

DPD 650 x 800

Célio Virgínio

Trabalho e Perseverança

Vanessa Cecília da Silva

O presidente da Pisa - Papel de Imprensa S/A e da Pisa Flores-ta S/A, Célio Virgínio dos Santos Filho, não esconde o orgulho de ter participado, desde o início, há mais de 25 anos, da construção desta companhia que, em 99, alcançou um lucro de R\$ 21 milhões. “Em 2000, este número, será ainda bem maior”, res-salta.

Engenheiro de produção, formado pela Poli, iniciou sua carreira em 69, quando começou a estagiar na área técnica do O Estado de S. Paulo, pas-sando a chefe do departamento de pla-nejamento, onde atuou como coordenador do projeto de expansão do jornal.

Mas, sua grande realização profes-sional ainda estava por vir. Em 76 pas-sou do Estadão para a Companhia Paraprint de Empreendimentos Flores-tais S/A, como assistente do presiden-te, Luiz Vieira de Carvalho Mesquita. “O segredo de dirigir uma empresa como a Pisa, ou qualquer outra, é constituir uma grande equipe e saber desafiá-la continuamente. Acho que tenho conseguido isso”.

Desde a infância, audacioso, sem-pre buscava grandes aventuras. Em Caraguatatuba, litoral paulista, onde morou até os 13 anos, nadava com os amigos do centro à Prainha. “Tal aventura era o tormento das mães da garotada. A proibição a fazia ainda

mais excitante”, lembra. Porém nem tudo era peripécia. Em 68, no auge do regime militar, Célio foi preso jun-to com colegas universitários, que moravam no Crusp (conjunto residencial da Universidade de São Paulo), quando o governo militar de-cidiu fechá-lo. “Particpei de várias manifestações estudantis da época, mas não fazia parte de nenhum movi-mento político”, recorda.

Pai de quatro filhos (dois do pri-meiro casamento e dois do segundo), Célio Virgínio hoje em dia consegue dedicar-se um pouco mais à família e ao lazer. Embora não goste de sair freqüentemente, sempre que pode vai à praia, ao clube, além de praticar seu esporte preferido: basquete.

C&P - Sua vida universitária foi du-rante a década de 60. Você se lembra de algum fato daquela época?

Célio Virgínio dos Santos Filho - Sim. Participava de várias manifestações estu-dantis daquela época, mas não fazia par-te de nenhum movimento político. Me dedicava muito aos estudos e ao traba-lho. Lembro-me que no início de 1968, período ainda de férias de verão, o Crusp (conjunto residencial da USP), onde mo-rei até fechar, foi invadido, à noite. A po-lícia procurava por estudantes envolvidos em movimentos políticos. O governo de-cidiu fechar o Crusp, local, na época, de muitas manifestações estudantis.

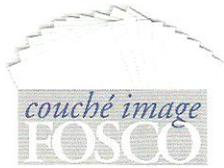
C&P - Mas, como foi isto?

Célio Virgínio - A polícia invadiu o Crusp de madrugada, rastejando, fogos de artifícios e brucutus. Uma verdadei-ra parafernália de guerra. Foram presos em torno de 900 universitários, entre moças e rapazes. Fomos encaminhados para o presídio Tiradentes, onde passei



“A Pisa é hoje uma empresa madura, que conta com um time de profissionais de primeira grandeza, pronta para lucrar e crescer”





100% nacional, mas com todas as características do importado, o novo couché fosco Image da Ripasa é surpreendente! Tem alto padrão de brancura, excelente qualidade de impressão, grande nitidez de cor, textura acetinada, homogeneidade total, e um resultado final de ficar de olhos arregalados. E mais um amplo range de gramaturas. Para não correr riscos na hora da imprimir, ouça este sábio conselho da Ripasa: use couché fosco Image.

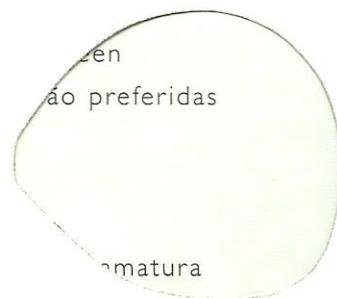
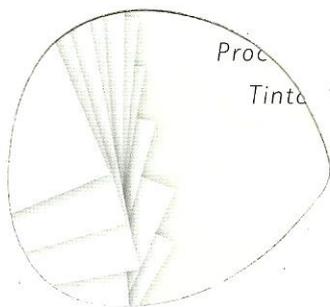


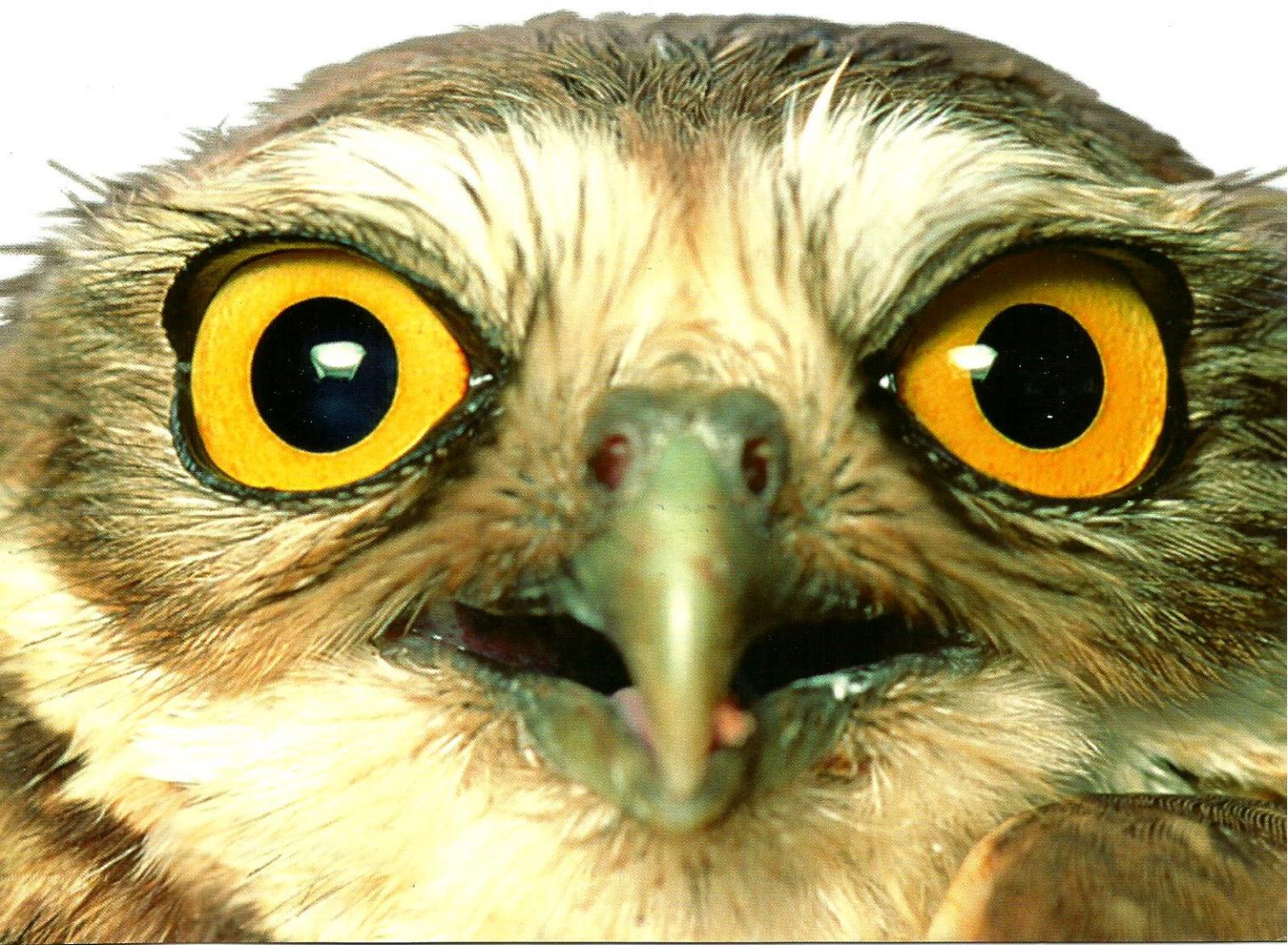
image
O Couché da Ripasa
Naturalmente Brasileiro



Compromisso com Soluções

www.ripasa.com

**COUCHÉ FOSCO IMAGE. VOCÊ VAI FICAR DE OLHOS
ARREGALADOS COM A QUALIDADE DA IMPRESSÃO.**



INFORMAÇÕES TÉCNICAS

GRAMATURA	g/m ²	90	115	145	170
ESPESSURA	µm	85	105	144	168
CORPO	Cm ³ /g	0,94	0,91	0,99	0,99
UMIDADE	%	4,5	4,5	4,5	4,5
ALVURA	ISO	104	104	104	104
OPACIDADE	% ISO	92	95	98	99
BRANCURA	CIE	133	133	133	133
LISURA PPS	-	2	2	2	2
BRILHO 75	%	20	20	20	20

• **Formatos Disponíveis:** 480 x 660 mm - 660 x 960 mm - 720 x 1020 mm - 760 x 1120 mm - 890 x 1170 mm.
Bobinas e outros formatos sob consulta.

APLICAÇÕES ESPECÍFICAS

<i>Processo de Impressão</i>	Offset, tipografia e silk screen
<i>Tintas de Impressão</i>	Convencional, UV e IV são preferidas
<i>Gofragem</i>	Sim
<i>Verniz</i>	Máquina e UV
<i>Laminação</i>	Sim
<i>Dobra</i>	Para dobra de papel com gramatura acima de 130 g/m ² ou quando em áreas de chapado intenso, a pré-vincagem é necessária.

três dias numa cela, com 40 pessoas. O cheiro era tão forte que começou a atacar a mucosa nasal e as nossas gargantas. Estava começando a dar briga para ficar com o nariz na grade para poder respirar. Até conseguir identificar todo mundo, saber quem era quem, foi uma verdadeira confusão.

C&P - Com quantos anos começou a trabalhar?

Célio Virgínio - Aos 18 anos, como professor de álgebra no mesmo curso de preparação para o vestibular de engenharia que cursei, em Santos. Preparava a aula para classe de uns 120 alunos, durante a semana, e lecionava aos sábados, em dois períodos, das 14h às 24h. Era muito puxado. Foi assim por dois anos. Depois trabalhei como assistente de um professor da Poli, que tinha empresa na área de movimentação de materiais. Atuei durante todo o período do curso de engenharia, e tive várias opções de trabalho ao me formar em 69. Bons tempos aqueles.

C&P - Onde o Sr. trabalhou depois de formado?

Célio Virgínio - Optei por continuar no estágio que fazia desde 69, na área técnica do jornal O Estado de S. Paulo. Atuei como engenheiro do departamento de planejamento da diretoria industrial. Entre 73 e 74, o Jornal mudou do centro de São Paulo para a Marginal Tietê. Foi um período de trabalho muito intenso. Em 76, passei para a Paranaprint, empresa onde atuamos na fase inicial da viabilização do projeto da Pisa.

C&P - O seu maior desafio profissional foi o "nascimento" da companhia?

Célio Virgínio - Sem dúvida nenhuma. Viabilizar, construir e operar a empresa e atualmente levá-la aos níveis de eficiência operacional e aos resultados satisfatórios - conforme o balanço do ano passado - foi mais que um desafio, uma grande vitória. Praticamente dediquei minha vida profissional a este projeto. Uma oportunidade que me foi dada por Luiz Vieira de Carvalho Mesquita, diretor do O Estado de S. Paulo, falecido em 97, o grande fundador da Pisa, a

peessoa que realizou o objetivo do Grupo de instalar uma nova fábrica de papel-jornal no Brasil.



"O projeto da Pisa foi uma oportunidade que me foi dada por Luiz Vieira de Carvalho Mesquita, o grande fundador da Pisa, a pessoa que realizou o objetivo do Grupo de instalar uma nova fábrica de papel-jornal no Brasil"

C&P - Quais são as perspectivas da empresa?

Célio Virgínio - São excelentes. Completamos o projeto de modernização do processo de polpação termomecânica (TMP) e a reforma da máquina de papel para incrementar a produção, diminuir custos e melhorar a qualidade, bem ao final do período de baixa de preços. Já pagamos os financiamentos, de modo que a empresa apresenta índices financeiros muito bons. Em 1999, um ano de preços baixos para o papel-jornal apresentamos lucro de R\$ 21 milhões, que, em 2000, será muito maior. A Pisa é hoje uma empresa madura, que conta com um time de profissionais de primeira grandeza, pronta para lucrar e crescer.

C&P - Teremos novidades em 2000?

Célio Virgínio - Sim, várias. Além do aprimoramento do projeto TMP e

desgargalamento da máquina de papel - 1, a Pisa está colocando em prática um projeto de fidelização de clientes

- produtos com mais qualidade, além de oferecer mais serviços, em organização horizontal à estrutura da empresa. Este ano, a companhia contará com novos sócios. A divisão papelreira da FCL está sendo comprada pela Norske Skog, importante produtor europeu de papel-jornal, que com a aquisição ficará presente em todo o mundo.

C&P - O setor vem apresentando uma recuperação que, desde a metade do ano passado, só vem crescendo. Como definiria a Pisa, hoje, no mercado?

Célio Virgínio - 2000 será um ano de recuperação econômica. O consumo de papel-jornal deverá recuperar-se da queda de 1999, quando além da baixa atividade econômica tivemos redução do formato da grande maioria dos jornais. O consumo anual deverá voltar ao nível de 640 mil toneladas e o preço aumentará acompanhando a tendência do mercado internacional. A Pisa é hoje líder da produção de papel-jornal no mercado brasileiro, com capacidade de 180 mil toneladas/ano. É uma empresa madura, que conta com uma equipe de profissionais de primeira linha. Está pronta para crescer.

C&P - A imunidade tributária do papel-jornal no Brasil desestimula investimentos no setor?

Célio Virgínio - Sim. Torna a competição com o produtor estrangeiro injusta. Eles, além de não pagarem impostos ao vender aqui, contam com financiamentos vantajosos dos bancos de fomento à exportação de seus países.

C&P - Como é dirigir uma empresa do porte da Pisa?

Célio Virgínio - É fácil. O segredo é constituir uma grande equipe e saber desafiá-la continuamente, e isso acho que consegui. Eu tive a felicidade de trazer excelentes profissionais e colocá-los no momento e lugares cer-

tos. Ser um líder é saber ser insaciável na busca dos objetivos da empresa, desafiando construtivamente seus companheiros de diretoria, gerência e funcionários, para fazer com que a empresa obtenha resultados satisfatórios, como os da Pisa.

C&P - O executivo Célio está sempre envolvido com reuniões e viagens constantes. Como o pai e esposo driblam a agenda profissional?

Célio Virgínio - Atualmente, com a segunda leva de filhos, eu consigo conciliar muito melhor a profissão e a minha vida pessoal do que com a primeira. No primeiro casamento vivia 100% a viabilização do projeto, a construção da empresa e da fábrica. Foi um período de muita ansiedade e incertezas.

Depois, quando a Pisa passou a operar, praticamente passei a morar em Jaguariaíva, em 86 e 87, além das muitas viagens ao exterior. Hoje em dia, com a empresa estabilizada, a minha vida também está equilibrada. Passo mais tempo no escritório de São Paulo, expediente normal - e como todos nesta metrópole, driblando os engarrafamentos e rodízios de carro-, onde ficam as áreas de vendas e financeira. Viajo frequentemente para Jaguariaíva para supervisionar as operações da fábrica e florestal lá sediadas.

C&P - Já passou por um grande susto?

Célio Virgínio - Sim, em 77, num vôo de helicóptero sobre as florestas da Paranaprint, com visitantes estrangeiros representantes de Midobel e Brasca, grupo que queria se associar à Pisa. De Jaguariaíva até a sede da fazenda tudo bem. Mas durante o sobrevôo às florestas, o piloto passou mal em pleno vôo. Quase caímos. Um susto daqueles. Um tempo depois, encontrei um dos passageiros de tal viagem e a primeira coisa que lembramos foi do susto que ela nos deu. (risos).

C&P - Onde o senhor nasceu?

Célio Virgínio - Nasci no interior de São Paulo, em Botucatu, em 1946. Os meus pais eram professores do curso

primário, e por este motivo a cada dois anos mudavam-se para outras cidades do interior. O objetivo deles era chegar ao litoral Paulista, Santos, onde moravam meus avós maternos. E chegaram lá em 1959.

C&P - O que marcou esta época?

Célio Virgínio - As mudanças constantes de cidade. As viagens no caminhão de mudança eram algo fantástico para mim. Tenho ótimas recordações de minha infância em Caraguatatuba, onde morei dos 10 aos 13 anos. Era declamador oficial de poesias do grupo escolar. Sabia Vozes D'África decor. Também gostava muito de nadar da praia do Centro a Prainha, próximo às pedras, junto com os colegas. Evidentemente,



“Sou muito otimista quanto ao nosso país. É da política que virão as mudanças para um Brasil melhor”

tal aventura, era proibida por nossos pais, o que a tornava ainda mais excitante, pois tínhamos que fazê-la escondida (risos). Uma grande aventura. Mas, minha paixão nesse período era jogar bola nas ruas de terra batida da cidade.

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

Célio Virgínio - Tenho quatro filhos. A Adriana, 24, é formada em psicologia e o Marcel, 22, em direito. Ambos são do meu primeiro casamento. Estou casado há 12 anos com a Ivete Rodrigues, com quem tenho o Felipe, 5, e a Júlia, 2.

C&P - Qual o lazer preferido da família?

Célio Virgínio - Viajo quase todos os fins de semana para minha casa de praia, próxima a Parati. Quando estou em São Paulo saio muito pouco, mas gosto de frequentar o Clube Pinheiros.

C&P - Tem algum hobby?

Célio Virgínio - Jogo basquete na ACM, localizado no centro de SP, e pratico mergulho, caça submarina, nos fins de semana. Sempre fui praticante assíduo de esportes. Na juventude, dos 15 aos 17 anos, na Baixada Santista, fui um nadador razoável para os limites da idade e região. Fiz duas vezes a travessia do canal de Santos.

C&P - Com a corrupção escrachada nos jornais, qual a sua visão política e econômica do país?

Célio Virgínio - Sou muito otimista quanto ao nosso país. Acho que a prática da democracia, ainda tão recente, levará a juventude a participar ativa e positivamente da política. Surgirão os novos líderes. É da política que virão as mudanças para um Brasil melhor.

C&P - Quem é Célio Virgínio?

Célio Virgínio - É um homem que acredita, piamente, que a nossa missão na terra é tornar nossa passagem por ela, muito melhor. Confiança, conhecimento, disposição e solidariedade são as grandes ferramentas para isto.

Gordinho Braune

Novidades e Investimentos

A empresa, integrante do Grupo Jandaia, está produzindo 370.000 bobinas especiais que suprirão as urnas eletrônicas espalhadas pelo território brasileiro nas próximas eleições municipais.

Vanessa Cecilia da Silva



Indústria Gráfica Jandaia Ltda, em Caieiras: Em 1.999, produziu um total de 24 mil toneladas de materiais gráficos, que em 2000 apresentará um crescimento de 20%.

Gordinho Braune Ltda, Jundiaí: foi escolhida para produzir bobinas especiais que irão compor as urnas espalhadas pelo território brasileiro.



A indústria de papel Gordinho Braune - fundada por Antônio Cintra Gordinho e Hermann Braune, em 15 de março de 1910 - tem um importante papel na história da indústria papelreira, pois foi a primeira empresa brasileira de celulose branqueada de eucalipto, além de ser uma das fábricas mais antigas da região de Jundiaí. Em meados de 1965, a Gordinho foi vendida para a Cetenco Engenharia e, em 72, adquirida por José Bignardi Netto proprietário da Indústria Gráfica Jandaia.

Em 1978 a empresa desativou sua unidade de produção de celulose permanecendo com a operação de produção de papel. Desde 89, vêm agregando diversas frentes de negócios como a produção de formulários, bobinas de terminais comerciais e papéis revesti-

dos destacando-se na produção de papéis autocopiativos.

A Gordinho Braune faz parte do Grupo Jandaia - um dos maiores fabricantes e exportadores brasileiro de cadernos e de uma atuante unidade de papéis químicos revestidos do país que, em 1999, registrou um faturamento de US\$ 64 milhões, além de contar com uma equipe de representantes espalhados por todo o país, que mantêm contato direto com mais de 5 mil clientes. Apresenta em seu currículo o reconhecimento do setor através de importan-

tes homenagens: o Prêmio Personalidade da Papelaria, em 98; os Prêmios Lojas, Papelarias e Cia de 1995, 96, 98 e 99 - que foram baseados no Daflex Escolar de cada ano.

Situada em uma fazenda com 20 alqueires de terra, ocupando uma área de 20 mil m², a Gordinho Braune Ltda - unidade industrial papelreira do Grupo - tem uma capacidade instalada de 25 mil toneladas anuais, sendo que dez mil são de papéis químicos revestidos. Além disso produz formulários contí-



Produção de bobinas PDV/ECF: Apesar da crise econômica brasileira no início de 1999, a Gordinho Braune não chegou a enfrentar problemas, tendo de janeiro a dezembro do ano passado, alcançado vendas satisfatórias.

nuos padronizados, com capacidade de produção de 7.200 toneladas/ano.

Em 99, a indústria produziu 22.800 toneladas de papel, sendo que, para este ano, projeta-se um incremento de 10%. O “core business” da empresa é a fabricação de papéis químicos revestidos autocopiativos. “Este tipo de papel projeta um mercado com elevada taxa de demanda nos próximos anos, no Brasil e na América do Sul”, explica o presidente do Grupo Jandaia, José Bignardi Netto. A empresa desenvolve e produz papéis químicos especiais



José Bignardi Netto, presidente do Grupo Jandaia: “O Grupo também destinará verbas para marketing, merchandising e licenças, que este ano deverão somar R\$ 1 milhão”

em parceria tecnológica com reconhecidas empresas internacionais especializadas em química fina como a BASF alemã e as norte-americanas Schenectady Brasil Ltda e a Champion Papel e Celulose S.A.

Gordinho na eleição: uma das principais novidades da Gordinho Braune é que a empresa foi escolhida pela Procomp Indústria Eletrônica - contratada pelo Tribunal Superior Eleitoral para fabricar as urnas eletrônicas que serão utilizadas nas próximas eleições - para produzir bobinas especiais que irão compor as urnas espalhadas pelo território brasileiro. “Através de uma licitação, a Gordinho foi aprovada tecnicamente e comercialmente. Somos o único fornecedor”, diz Bignardi.

A produção das bobinas já está a todo vapor. Serão produzidas em torno de 370 mil unidades, o que representará 100 toneladas. Este produto está sendo convertido por modernos equipamentos e elaborado com papel térmico especial, fabricado pelo Grupo Votorantim. “A votação eletrônica do Brasil é considerada uma das mais avançadas do mundo. Devido às exigências quanto ao prazo de entrega das bobinas estamos produzindo-as desde maio e até o dia 20 de agosto terão que estar distribuídas pelo país”, lembra Bignardi Netto.

Investimentos: apesar das dificuldades econômicas que atingiram o Brasil, no início de 99, a companhia

não chegou a enfrentar problemas sérios na comercialização de seus produtos, tendo de janeiro a dezembro do ano passado, apresentado vendas bastante satisfatórias. “Estamos nos preparando para investir pesado em novas máquinas, tecnologia e em marketing. Em três anos os investimentos deverão chegar a R\$ 20 milhões”, prevê o presidente do grupo.

Em 2000, o Grupo Jandaia destinará US\$ 3,5 milhões à unidade industrial de papel, para a aquisição de novos e modernos equipamentos que serão utilizados na produção e acabamento de papéis químicos especiais. Sem perder tempo, acompanhando as progressivas tendências de mercado, as inovações na fábrica já começaram. Recentemente, foram instaladas duas estações produtoras de bobinas para terminais eletrônicos, sendo uma de procedência italiana e outra espanhola. “Foi um investimento de US\$ 1,3 milhão que tornou a Gordinho Braune o primeiro e único fabricante deste produto totalmente verticalizado na América do Sul”, orgulha-se Bignardi Netto.

Marketing e merchandising: sempre preocupados com a expansão



Rebobinadeira (Parcial): Em 2000, o Grupo Jandaia investirá US\$ 3,5 milhões à unidade indústria de papel. Novos e modernos equipamentos serão utilizados no acabamento de papéis químicos especiais.



FUNCIONÁRIOS: 820

**INSTALAÇÕES
INDUSTRIAIS:** 31mil m²
de área construída.

**ESCRITÓRIOS E
ARMAZÉNS:** 2.500m².

**COMPANHIA ATACADISTA
INSTALADA :** área com 3 mil m².

FATURAMENTO:
US\$ 64 milhões em 99.

INVESTIMENTOS: em três anos
devem chegar a R\$20 milhões.

Indústria de Papel Gordinho Braune Ltda

LOCALIZAÇÃO: Jundiaí,
interior de São Paulo.

PRODUÇÃO: Em 99, 22.800
toneladas e a previsão para 2000 é
um acréscimo de 10%.

Indústria Gráfica Jandaia Ltda

LOCALIZAÇÃO: Caieiras, a
60km da Capital de São Paulo

PRODUÇÃO: Em 99, 24 mil
toneladas, em 2000, deverá
receber um incremento de 20%.

dos negócios e evolução das marcas da companhia, certos que a comunicação com seus consumidores é essencial para o sucesso dos seus produtos, o Grupo Jandaia também tem destinado verbas consistentes para marketing, merchandising e licenças, que este ano deverão somar R\$ 1 milhão. "Para 2001, estão sendo projetados para estas áreas investimentos em torno de R\$1.300 mil", diz o presidente da empresa.



**Rebobinadeira
autocopiativo e a
Impressora:** A Gordinho
Braune foi a primeira
empresa brasileira de
celulose branqueada de
eucalipto, além de ser hoje
uma das fábricas mais
antigas de Jundiaí.

Um dos principais negócios do Grupo é a linha de cadernos e pautados que atende, principalmente, o público juvenil. A companhia tem um trabalho de pesquisa bastante avançado, prospectando tendências de mercado com um ano de antecedência. Para se ter uma idéia, os cadernos antes de chegarem aos consumidores, passam por um teste piloto junto aos adolescentes. Se os resultados forem bem sucedidos, os produtos vão para o mercado. Aprovados para a venda, são divulgados através de merchandising em TV, mídia impressa e, principalmente, nos pontos-de-vendas. "Temos contratado modelos e personalidades eleitas pelos jovens. Neste ano, entre outros sucessos de vendas, podemos destacar as capas com a Feiticeira, Thiago Lacerda, as licenças

BadBoy, SexyMachine, Cobra d'Água e GreenPeace (caderno produzido com papel reciclado). A coleção de 2001 já está sendo confeccionada".

Unidade Gráfica Jandaia: localizada em Caieiras, em São Paulo, tem capacidade industrial instalada de 36 mil toneladas/ano. "No ano anterior, foram produzidos 24 mil toneladas de materiais gráficos, que em 2000, registrarão um incremento de 20%", destaca o diretor comercial, Ricardo Duckur Bignardi. Os produtos da companhia, entre eles agendas, cadernos, blocos pautados, formulários contínuos personalizados e padronizados, são reconhecidos no mercado brasileiro e internacional, sendo exportados para os Estados Unidos, Europa, Oriente Médio e América do Sul.



Produção de bobinas PDV/ECF - A companhia tem um trabalho de pesquisa bastante avançado, prospectando tendências de mercado com um ano de antecedência.

Profissionais discutem os desafios e a Indústria Competitiva

Evento reuniu mais de 100 profissionais do segmento que discutiram a economia brasileira e o futuro da atividade industrial e comercial do setor no novo século.

O seminário “Os Impasses do Setor de Celulose e Papel, nas Áreas Econômicas e Tecnológica”, organizado pela ABTCP - Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel, contou com palestrantes do BNDES, do Centro de Informática Aplicada da EAESP/FGV e do Loyds Bank. Além de analisar o panorama do segmento papelero, o objetivo do encontro foi repensar os processos vigentes para encontrar as melhores soluções para o crescimento das empresas a partir da otimização de talentos humanos e recursos financeiros. “O Fórum foi extremamente positivo para o setor. A quantidade de inscritos chegou a surpreender. Cada vez mais os profissionais estão ecléticos e buscam atividades como esta, em que podem interagir com pessoas e temas diferentes”, ressalta o presidente da ABTCP, Marco Fábio Ramenzoni.

Para ele, no mundo globalizado em que vivemos, é essencial que o profissional esteja integrado em assuntos diversos que, de algum modo, vão dirigir sua ação. “Tem de haver uma sintonia entre o time de uma empresa, para que haja uma visão clara, fazendo com que aumente o grau de acertos. Os profissionais sentem falta de eventos que tratem de assuntos amplos. Já estamos organizando o segundo fórum para o próximo ano”, salienta Ramenzoni. O evento também marcou o lançamento do Guia de Compras Celulose e Papel 2000 da ABTCP, uma relação com os principais fornecedores e fabricantes do setor nacional, cuja distribuição é gratuita.

As fusões, que vêm sendo um dos principais destaques do setor, nos últi-

mos tempos, foram tema da palestra do vice-presidente de vendas da Champion, Mauro Cerchiari. Segundo ele, muitas expectativas giram em torno das uniões entre empresas como a introdução a novos mercados, aquisições de tecnologias, sinergias e redução de custos e melhor lucratividade e retorno ao acionista. Recentemente, foi oficializada a fusão entre a Champion International e a International Paper Corp, maior empresa de papéis e produtos florestais do mundo. A união resultou em uma líder global, com aproximadamente 117 mil funcionários, em mais de 360 unidades, em 50 países.

O objetivo tem sido ganhar mercado no novo século; as fusões estão fortalecendo a posição dos grandes líderes mundiais, aumentando a distância das pequenas e médias empresas que têm como alternativa aumentar sua capacidade produtiva ou se incorporar às grandes gigantes internacionais. “O mercado deverá escolher empresas mais adequadas e excluir as que não estiverem pron-

tas para competir”, alertou em sua palestra “Estudos sobre o mercado econômico do setor de Celulose e Papel”, o diretor-presidente da Jaakko Pöyry Tecnologia, Carlos Alberto Farinha e Silva. Segundo ele, o Brasil precisaria encontrar sua consolidação no mercado doméstico, para então alcançar condições de partir sozinho para a briga na competitividade global.

“Novas ferramentas para o manejo das florestas e as pesquisas tecnológicas para otimizar os recursos e diversificar a produção” este foi o tema discutido pelo gerente administrativo e de desenvolvimento do IPEF - Instituto de Pesquisas e Estudos Florestais, Edward Fagundes Branco. Segundo ele, graças às dimensões e localização tropical, o Brasil tem como vantagens competitivas a sua capacidade de produzir alimentos, investir em turismo e plantar árvores. No que se refere exclusivamente à terceira vantagem competitiva, independentemente dos ciclos tecnológicos e dos investimentos em P&D que possam ocorrer em outros países, a produtividade obtida em solo brasileiro é e será imbatível. Em uma economia global uma fábrica que consegue produzir mais, em um espaço de tempo menor e com preços abaixo dos praticados no mercado, naturalmente não terá dificuldades de competitividade em nível internacional. Para Branco, a atividade papelera começa na floresta onde o Brasil é líder mundial no desenvolvimento da ciência e tecnologia para a produção sustentável de auto crescimento.



O seminário que atraiu mais de 100 profissionais, contou com palestras que abordaram temas ligados a economia, e-commerce, fusões, mercado globalizado e tendências.

Embalagem é fundamental

Segurança, beleza e tecnologia andam juntas quando se trata de embalagens, que nos pontos-de-vendas, podem ser decisivas nas opções de compras dos consumidores. Para o fabricante, de vários produtos, uma embalagem atrativa pode aumentar sua participação no mercado competitivo. Em 99, esse segmento apresentou um crescimento de 7,8% comparado ao ano anterior.

Vanessa Cecília da Silva

Seja artesanal ou industrial, a embalagem agrega valores, faz com que o produto se destaque dos seus concorrentes e protege o seu conteúdo na armazenagem, manuseio e na conservação. “Estudos comprovam que 80% dos consumidores decidem suas compras nos pontos-de-vendas. Um dos principais requisitos levado em consideração é a embalagem”, explica o diretor da Pantani, especializada em design, Adriano Pantani. Segundo os dados oficiais da Bracelpa, em 99, os papéis destinados as embalagens totalizaram 3.209 mil toneladas, um crescimento de 7,8% comparado com a produção de 98. Em 2000, de janeiro a maio, a produção desse segmento totalizou 1.318.933 toneladas, um incremento de 1,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Um dos grandes segredos da embalagem é o seu design e o empresário brasileiro está reconhecendo esse fator como ferramenta para aumentar suas vendas, seus lucros e principalmente, racionalizar gastos. Seja com a embalagem em si, o processo total do “embalamento” – da compra da embalagem até a utilização do produto final – e com sistema de distribuição, armazenagem e movimentação. O consumidor está atento e com uma percepção que identifica marca, qualidade, validade, segurança e beleza. “Hoje o consumidor é mais exigente e está acordado para seus direitos, querendo reconhecer o que é melhor para seu conforto e necessidade. Embalagens deficientes que procuram subterfúgios são recusadas” ressalta o diretor de

projetos da Seragini Pack, Reginaldo Baggio.

O designer ressalta que o retorno obtido com aumento de vendas ou com a redução de gastos justifica a contratação de um profissional que acompanhe o projeto da embalagem para o lançamento de produtos ou resolução de problemas estruturais. “Em muitas empresas não existe um responsável pela embalagem e vários problemas vão se acumulando e comprometendo a lucratividade da companhia”, alerta Baggio.

A mudança do design muitas vezes é necessária, acompanhando as novas tendências. No setor, por exemplo, a Klabin Kimberly recentemente trocou

a “cara” de um dos seus principais produtos: o papel higiênico Nice. Além da nova roupagem, foi agregado ao produto o extrato de algodão, gerando o Nice Cotton. “O extrato de algodão proporciona maior maciez e suavidade. Por isso foi escolhido o cachorrinho branco, que substituiu a flor, porque ele nos transmite essa sensação”, explica Pantani.

A marca - que existe desde 89, e há três anos não passava por mudanças significativas - segundo a Acnielsen, depois da reformulação, em janeiro e fevereiro deste ano, obteve um crescimento de 12% para 13,1% de participação no mercado.

Diferentes, ousadas e bonitas, as embalagens agradam todos os tipos de gostos. “Nós desenvolvemos produtos com modelos e materiais diferenciados que valorizam e estimulam o desejo de presentear”, explica a diretora da Pack Art, Alicia Mônica Guzovsky. A PackArt Embalagens Ltda, há 17 anos no mercado, é uma empresa de embalagens de papel personalizadas. Nos últimos anos, a empresária tem acompanhado de perto todas as tendências mundiais no ramo, se especializando através de eventos e workshops internacionais. “Em Nova Iorque está em alta os desenhos com grafismos, quase infantis, de cores vivas e primárias nas estampas dos papéis que compõem as embalagens”. Segundo ela, o Brasil é um país jovem que está se desenvolvendo. “A embalagem, em relação aos outros países, vem ganhando destaque, porém ainda tem que ganhar mais popularidade. A embalagem é a alma do



*Reginaldo Baggio,
diretor de projetos da Seragini Pack:*

“Hoje o consumidor é mais exigente e está acordado para seus direitos, querendo reconhecer o que é melhor para seu conforto e necessidade”

produto; é decisiva e os consumidores brasileiros tem valorizado, e muito, este fato”, define Alicia.

Papelão ondulado: proteção garantida

Não basta ser apenas bonita. A embalagem tem por obrigação levar aos seus consumidores segurança e higiene. Esse tem sido o lema do papelão ondulado, que ao longo dos anos, vem reafirmando sua posição no setor de embalagens.

Um dos segmentos que vem tendo um desempenho extremamente favorável é o de fruticultura. Em 99, 4% das vendas globais de papelão ondulado - um total de 67,2 mil toneladas - destinaram-se à este setor, registrando um aumento de 58,4% comparado a 1998. “Existem países que destinam 12%, 14% e até 20% da expedição à fruticultura. O Brasil ainda tem muito a evoluir. Estamos lutando para que isso aconteça”, ressaltou o presidente da ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado, Paulo Sérgio Peres. Para este segmento, a ABPO tem dedicado estudos para aperfeiçoar e adequar, cada vez mais, o papelão ondulado a esses produtos delicados, que necessitam de cuidados especiais. Para isso, principalmente no segmento hortifrutícola, tem contado com as parcerias do Ital - Instituto Tecnológico de Alimentação e do Cetea - Centro de Tecnologia de Embalagem. “Estamos unindo a sólida experiência da ABPO no desenvolvimento de caixas de papelão ondulado com a tecnologia e o aval dessas respeitadas entidades”, diz Peres.

Muitos fatores positivos tornam a utilização dessa embalagem vantajosa tanto para o produtor quanto para o consumidor final: acondiciona muito bem as frutas, tornando-as seguras, garantindo a sua qualidade; é descartável, o que inibe a propagação de doenças e fungos; reduz o desperdício no transporte e minimiza os custos do sistema como

estocagem, fretes e mão-de-obra. Entre as vantagens, há a possibilidade da utilização do marketing visual, já que a impressão flexográfica permite, hoje, uma apresentação final muito mais próxima daquela que se obtém no processo off-set valorizando com isso os produtos embalados. O tratamento de impermeabilidade dado ao papelão, tornando-o resistente à umidade e a baixas temperaturas, garante maior integridade dos artigos transportados.

Em 1999, a distribuição geográfica das vendas de papelão ondulado foi: sudeste, 57,3%, sul, 27,3%; nordeste, 8%; norte 2,2% e centro-oeste 4,7%. “Com o crescimento constante que apresentou até junho, o setor deverá crescer este ano em torno de 5 a 6%. A taxa de reciclagem do papelão ondulado - material 100% reciclável - também merece destaque, chegando a 72%, uma das maiores do mundo, confirmando a condição de amigo fiel e eterno não agressor da natureza e do meio ambiente”, explica Peres.

PapelCartão: paz com a natureza:

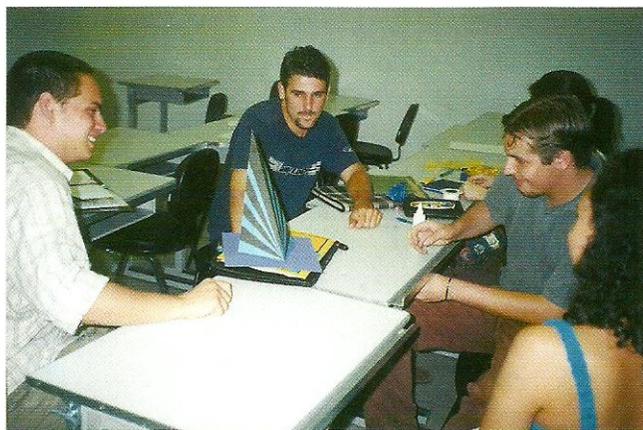
Há um ano, a Campanha do PapelCartão, através das empresas Suzano, Ripasa, Papyrus, Miguel Forte, Ibema, Nobrecel e Klabin, vem realizando a Campanha do Papelcartão, com o

objetivo de conscientizar a sociedade sobre a importância da utilização de embalagens de baixo impacto ambiental, como as confeccionadas em papelcartão, que é biodegradável, 100% reciclável, e produzido a partir de matéria-prima natural renovável.

Esse segmento vem apresentando bom desempenho, com vendas em expansão, tendo crescido 62,5% no mercado externo, em 1999. O volume de exportação em 1998 foi de 38 mil toneladas e, no ano passado, chegou a 63 mil. No mercado interno, as vendas passaram de 411 mil toneladas em 1998, para 429 mil, em 1999, apresentando um crescimento de 4,5%. Ao todo foram produzidas 495.946 toneladas.

Muitas qualidades fazem a diferença do papelcartão. Ele protege, valoriza e promove os produtos que embala, pois funciona como um *display*, permitindo informações detalhadas sobre composição e o modo de usar o produto. Vale ressaltar que esse material atende a todos os agentes da cadeia produtiva. “Para o consumidor, uma embalagem de papelcartão facilita a leitura das informações sobre o produto. Elas são também leves e fáceis de transportar, higiênicas, protegem o produto e evitam contaminação” diz o presidente do Comitê Executivo da Campanha, Edgard Avezum Jr.

A reciclabilidade do papelcartão transforma-o num importante aliado para a redução do sério problema que é o lixo urbano. A cidade de São Paulo, uma das maiores do mundo, localizada na região sudeste do país, produz entre 16 e 17 mil toneladas de lixo por dia. Isso equivale, em volume cúbico, a um estádio do Maracanã/dia. “Por ser reciclável, o papelcartão ajuda a diminuir esse volume de lixo. No ano passado a produção nacional utilizou 157 mil toneladas de papel reciclável, 11,2% a mais do que em 1998”, explica o vice-presidente do PapelCartão da Bracelpa, Walter Derani.



Alunos da Anhembi Morumbi: 2 mil trabalhos já estão inscritos no 1º Prêmio Brasileiro de Embalagens



Em janeiro e fevereiro deste ano, depois das mudanças em sua embalagem, a marca obteve um crescimento de 12% para 13,1% de participação no mercado.

Apoiando a campanha, a coordenação de Design da Universidade Anhembi Morumbi, criou, em parceria com a Bracelpa, o 1º Prêmio Brasileiro de Embalagens em papelcartão. “As inscrições vão até 17 de agosto e a premiação acontecerá na segunda quinzena de setembro. Estimamos que cerca de 2.000 trabalhos sejam inscritos”, ressalta o coordenador do curso de Design de Embalagens da universidade, Reginaldo Baggio. Os participantes concorrem a um computador I Mac, equipado com softwares gráficos. Segundo o professor - também diretor de projetos da Seragini Pack - os estudantes querem desenvolver trabalhos que tenham finalidades práticas e objetivas. “A Campanha PapelCartão é uma iniciativa que desperta tanto nos empresários como na comunidade em geral uma consciência de melhoria para a qualidade de vida. Sempre que se tenta apontar soluções para problemas aparentes, ou não, possibilidades de melhorias, redução de desperdícios, enfim, otimização de recursos, essa iniciativa deve ser reconhecida e aplaudida”, diz Baggio.

Tecnologia e equipamentos: a retomada da economia e a busca por tecnologias avançadas são fatores que têm motivado o Grupo Klabin a investir ainda mais em seus equipamentos. Nos últimos quatro anos, por exemplo, a Klabin Paraná Papéis S.A, que produz papelcartão e Kraftliner, investiu US\$ 100 milhões na reforma de sua Máquina de Papel 7. O destaque foi a instalação de um “coater-on-machine”, equipamento de última geração que permite o revestimento do papelcartão em linha, resultando no aumento da produção e na melhoria da qualidade. Para abrigar os novos equipamentos, o prédio foi ampliado e a área de secagem da Máquina 7 foi estendida. “A inclusão do “coater-on-machine” tem outras vantagens como a possibilidade de um melhor controle da produção e aplicação do revestimento, e maior disponibilidade de cartões revestidos”, explica o gerente de produção, Ricardo Batista. Antes da reforma, a Máquina 7 tinha capacidade nominal para 270 mil t/ano e agora passará a ter capacidade nominal de 300 mil t/ano. “Além do aumento da produção, o principal ganho é a redução de etapas intermediárias do processo, o que possibilita maior agilidade no atendimento aos clientes”, diz Batista.



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 a incêndios, utilizando água, espuma, CO2 ou PQS. Fabricado em vários modelos e montagens.
- 5 **Agribomba.** Bombeiro florestal para combate a 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



1



2



3

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



4



5

Gascom Equipamentos Industriais Ltda.
Sertãozinho SP



6



7

Gascom

ARACRUZ

Novidades e investimentos à caminho do Século XXI

Vanessa Cecilia da Silva

A empresa anunciou que está se associando a Stora Enso e à Odebrecht, garantindo uma participação acionária de 45% num novo projeto de celulose, a Veracel, e a construção de uma terceira linha de produção em sua fábrica. No primeiro semestre deste ano, a empresa registrou um incremento em sua produção de 4%, e um lucro líquido consolidado de R\$ 206,2 milhões

A Aracruz Celulose S.A entrou no segundo semestre com o pé direito. Associou-se à segunda maior empresa produtora de papel do mundo, a escandinava Stora Enso, e à Odebrecht, garantindo uma participação acionária de 45% num novo projeto de celulose, a Veracel, e anunciou a construção de uma terceira linha de produção em sua fábrica, no norte do Espírito Santo. O investimento total estimado é da ordem de US\$ 840 milhões, dos quais US\$ 620 milhões serão destinados à nova linha de celulose e o restante a terras, florestas e outros projetos. "A aquisição de parte da Veracel abre horizontes de crescimento, com disciplina nos investimentos e consolidando o setor", afirma o presidente da Aracruz, Carlos Augusto Lira Aguiar.

Segundo ele, a decisão da empresa de adquirir participação acionária na Veracel - outros 45% ficam com a Stora Enso, que fatura anualmente US\$ 15 bilhões, e o restante com a Odebrecht - visa garantir à empresa possibilidades de crescimento no mercado, nos próximos dez a 15 anos. A terceira linha de produção da companhia - o processo de compra dos equipamentos para a construção inicia-se em agosto - vai ampliar a capacidade em 700 mil t/a, de 1.240 mil para 2 milhões de toneladas anuais. O suprimento de madeira para a nova linha de produção requererá aumento da base florestal da empresa em aproxima-



Presidente da Aracruz, Carlos Augusto Lira Aguiar: "A aquisição de parte da Veracel abre horizontes de crescimento, com disciplina nos investimentos e consolidando o setor"

damente 72 mil hectares de plantios de eucalipto.

As obras deverão ser iniciadas no segundo semestre deste ano - gerando, na fase de expansão, 3,3 mil empregos diretos e, na fase de operação, outros 2.300. Está previsto para o terceiro trimestre de 2002 a entrada em operação da nova unidade. A companhia estima que, durante a construção, sejam gerados US\$ 86 milhões em tributos diversos. Com as decisões atuais, segundo Aguiar, a Aracruz se mantém como líder nos setores de celulose de mercado de eucalipto, atendendo à demanda crescente de seus clientes e mantendo a posição de liderança do Brasil neste segmento industrial.

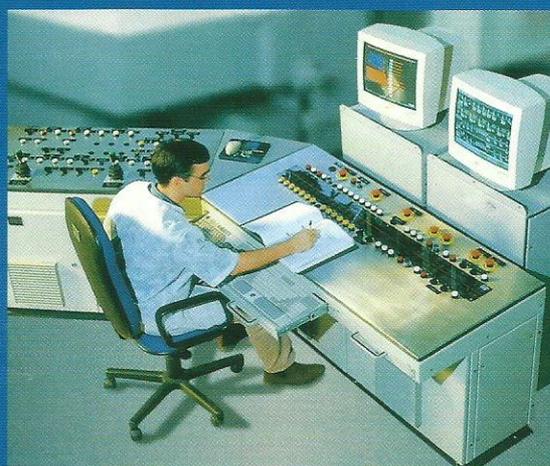
A Aracruz também anunciou que, em 2001, vai construir um porto em Caravelas, no sul da Bahia. No Portocel,

terminal portuário privativo da empresa, localizado a 1,5 km da fábrica, no Espírito Santo, a empresa também construirá um novo terminal, destinado exclusivamente a receber toda a madeira que virá, em barcaças, do porto a ser implantado na cidade baiana de Caravelas. Segundo o diretor de Operações da Aracruz, Walter Lídio Nunes, o objetivo do projeto é retirar da BR 101 Norte o tráfego intenso de caminhões que transportam madeira para a fábrica da Aracruz.

Resultados positivos no primeiro semestre

A Aracruz registrou no primeiro semestre deste ano um incremento em sua produção de 4%, alcançando 647 mil toneladas. A empresa apresentou de janeiro a junho, um lucro líquido consolidado de R\$ 206,2 milhões contra um prejuízo de R\$ 84,1 milhões registrado no primeiro semestre de 99 - obtido principalmente pelo impacto da forte desvalorização cambial ocorrida no início do ano anterior. O controle acionário da Aracruz é exercido pelos grupos Lorentzen (28%), Mondi Internacional (28%), Safra (28%) e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES (12,5%).

Soluções para Grandes Aplicações



Motores de baixa e alta tensão, motores de corrente contínua, geradores, transformadores, painéis de comando e automação trabalhando integrados nas mais variadas aplicações.

Soluções criadas na medida para vários segmentos, como siderurgia, cimentaria, mineração, papel e celulose, química e petroquímica, saneamento e geração de energia, entre outros



*Transformando energia
em soluções*

(47) 372-4000 - www.weg.com.br

PAPELÃO ONDULADO: VENDAS CRESCEM 3,1% NO SEMESTRE

O setor de papelão ondulado, considerado a embalagem das embalagens, registrou, no primeiro semestre, uma evolução de 3,1% nas vendas, em relação ao mesmo período do ano passado, somando 844,9 mil toneladas. Os dados são do acompanhamento mensal feito pela ABPO - Associação Brasileira do Papelão Ondulado.



“O primeiro semestre foi muito positivo para o papelão ondulado e tudo indica que até o final do ano, as vendas deverão ser 5% a 6% maiores do que as do ano passado”, ressalta o presidente da entidade, Paulo Sérgio Peres.

*Paulo Sérgio Peres, presidente da ABPO:
“As vendas deverão ser 5% a 6% maiores do que as do ano passado”*

PACK EXPO BRASIL 2000

Promovida pela ABRE - Associação Brasileira de Embalagem e com o apoio da Bracelpa, será realizada de 12 a 15 de setembro a Pack Expo Brasil 2000 - Feira Internacional de Embalagem e a Techno Plus - Feira Internacional de Tecnologia Industrial.

O evento visará o acompanhamento e interpretação das transformações do mercado da embalagem no Brasil, sua busca de tecnologias e processos adequados ao seu parque industrial para atender às complexas necessidades dos consumidores. Informações (0xx11) 3758-0996.

Instituto Superior da Empresa: parceria premiada e programas direcionados

Segundo o jornal inglês Financial Times, o IESE - centro de pós-graduação em administração de empresas da Universidade de Navarra - localizada em Barcelona e Madri - está entre as vinte melhores escolas de executivos do mundo, dividindo o ranking com a Harvard e Columbia Business School. Quem está satisfeito com a excelente colocação da escola européia é o ISE - Instituto Superior da Empresa, parceiro do Instituto no Brasil.

O ISE também opera, em nível internacional, com outras conceituadas escolas de onze países e conta com a participação de mestres da Harvard Business School, Boston University, London Business School e outras escolas de negócios internacionais.

Atualmente, uma das principais

preocupações do instituto é adaptar-se às empresas, por isso vem desenvolvendo programas que atendem todas às necessidades, de acordo com cada companhia, embasado em conceitos e *cases* mundiais. A escola de negócios, tem “ido” literalmente aos seus alunos. Recentemente ministrou o workshop “Eficiência e Ética na Administração Pública”, em Brasília, que contou com a presença dos ministros Francisco Dornelles, do Trabalho, e José Gregori, da Justiça. Na ocasião, entre outros temas, discutiu-se os problemas da corrupção, o ponto de vista ético, motivação de funcionários públicos e novas formas de dirigir em administração pública.

Atualmente, em Londrina, está sendo ministrado o PAEx - Programa para Altos Executivos, com duração de 20 semanas, coordenado pelo professor de Finanças do ISE, Fernando Olivar

de Campos Vilarinho, que foi solicitado e organizado pela ADETEC - Associação do Desenvolvimento Tecnológico. “O treinamento do ISE apresenta resultados a curto prazo. Os estudos de *cases* faz com que os profissionais sejam protagonistas e ativos na discussão sobre os problemas diários das grandes companhias. Além disso, é ministrado por professores com uma vida profissional intensa que passaram por grandes empresas e estudaram nas melhores escolas de negócios do mundo”, explica o coordenador da ADETEC, Tadeu Filesmino.

O Instituto Superior de Empresa fica localizado na rua Maestro Cardim, 370, Bela Vista, em São Paulo. Informações pelo telefone (011) 284-8577/ Fax: 283-3808 ou pelo e-mail: ise@ise.org.br / Site: www.ise.org.br



STUDIO A FOTOLITO, GRÁFICA E EDITORA

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

HONRA AO MÉRITO

O primeiro semestre de 2000 foi marcado por importantes prêmios concedidos ao setor. A Aracruz Celulose foi uma das vencedora do Prêmio CNI de Ecologia 2000, conferido pela Confederação Nacional da Indústria. A companhia foi premiada pela categoria Proteção de Recursos Hídricos, com o projeto o Canal Caboclo Bernardo e a Qualidade Ambiental em sua Área de Influência. Na categoria de controle da Poluição do Ar, a Igaras Papeis e Embalagens S.A foi a vencedora. O Prêmio é concedido anualmente aos projetos empresariais que mais se destacam na defesa do meio ambiente, em sete categorias. Este ano, houve 68 concorrentes, número que superou o das três últimas edições.

A Câmara de Comércio Internacional (ICC) e o Programa do

Meio Ambiente das Nações Unidas (UNEP) recentemente anunciaram as companhias ganhadoras do prêmio excelência em gestão ambiental nesta virada do milênio. Entre as empresas vencedoras - de diversos portes e diferentes setores - destaca-se a Bahia Sul. Seleccionada entre mais de 100 candidatas, por um painel formado por especialistas internacionais, representando grupos ligados ao mundo de negócios, universidades e gestão ambiental, a empresa receberá o prêmio "Millenium Business Awards for Environmental Achievement". Um total de 38 companhias, de 21 países, foram indicadas por representantes dos comitês nacionais da ICC para o processo final de seleção. "A responsabilidade ambiental faz parte da história da empresa desde o con-

ceito do projeto. Por isso é gratificante receber este reconhecimento internacional, que reflete o nosso empenho na busca de resultados cada vez mais eficientes", ressalta o diretor superintendente da Bahia Sul, Murilo César Lemos dos Santos Passos.

O prêmio Maiores e Melhores, patrocinado pela revista Exame, às empresas que destacaram-se na economia brasileira em 1999, premiou algumas companhias do setor. A Champion Papel e Celulose foi eleita a melhor empresa do segmento de celulose e papel. Esta é a oitava vez que a Champion recebe o prêmio nessa categoria, tendo sido premiada quatro vezes consecutivas de 1991 a 1994. No ranking das Melhores, seguindo da Champion, está Aracruz, Cenibra, Votorantim e Trombini.

BUSINESS TO BUSINESS: Portal do Setor de Celulose e Papel

No primeiro trimestre de 2001, clientes e fornecedores da indústria de papel e celulose passam a contar com um portal de negócios e relacionamento exclusivo do setor. O portal, ainda sem um nome definido, receberá um investimento estimado em torno de US\$ 10 milhões. Os idealizadores, a Suzano Papel e a Votorantim Celulose e Papel, contam com o apoio das Indústrias Klabin, Bahia Sul e da Ripasa. Empresa como Aracruz Celulose, Cenibra e Santher já manifestaram interesse em fazer parte do projeto. O Portal será uma empresa independente, com estrutura própria, aberta a todos os participantes do setor, nacionais e internacionais. A partir de uma

otimização da comunicação entre fornecedores, distribuidores e clientes diretos desta indústria, serão oferecidos dentro de um ambiente único de infra-estrutura compartilhada, gerando segurança e agilidade no acesso e troca de informações e preservando às transações individuais. "Este portal vem reforçando a maturidade da indústria nacional, posicionando-a de maneira consistente e competitiva frente a portais semelhantes existentes nos Estados Unidos e na Europa", comenta Raul Calfat, diretor - superintendente da VCP, "A reunião das empresas em um único portal proporcionará maior eficiência à cadeia produtiva e, paralelamente, deverá gerar redução de custos operacionais", afirma ele.

ESCOLAR 2000

A Escolar 2000, promovida pela Francal - Feiras e Empreendimentos, acontece de 13 a 16 de setembro, em São Paulo, das 13 às 21h, no Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo. Estima-se que 32 mil profissionais do setor visitarão 360 expositores, localizados numa área 21 m2. A feira reunirá os últimos lançamentos em produtos para papelarias, escritórios e escolas; livros didáticos; móveis; embalagens, produtos para festas, entre outros.

Nova fábrica de instrumentação da ABB vai atuar mundialmente

A ABB, companhia global de tecnologia e engenharia, pretende expandir sua atuação em mercados de todo o mundo com a nova fábrica de instrumentação instalada, em Osasco, Grande São Paulo. A unidade fabril é responsável pela produção de 100 mil instrumentos por ano. Na nova fábrica, serão produzidos indicadores analógicos e digitais, transdutores de grandezas elétricas, controladores e registradores gráficos microprocessados, que serão destinados principalmente a clientes como montadores de painéis, OEMs, indústrias químicas e petroquímicas, além de concessionárias de energia elétrica.

FÓRUM

A Anave - Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados, estará promovendo, de 21 a 23 de agosto, o 25º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Industrial Gráfico, no auditório do Hotel Ca'D'Oro, em São Paulo. Informações pelos telefones (11) 279 - 7908 ou 279 - 8570.

Voith e Sulzer concordam em reduzir participação acionária da Sulzer na Joint Venture

Em 1994, foi assinado um acordo de *Joint Venture* entre o grupo J.M. Voith AG e a Sulzer AG, com 60% e 40% de participação, respectivamente. Desde de julho, como resultado de negociações conduzidas sob um espírito de parceria, as duas empresas concordaram que a Sulzer reduziria sua participação para 10%. Em função desse novo acordo, o nome da Divisão Papel do Grupo mudará de Voith Sulzer Paper Technology para Voith Paper. De acordo com a Voith no Brasil, a decisão não altera em nada a sua estrutura interna, bem como sua razão que continua, como há 36 anos, Voith S.A. Máquinas e Equipamentos.

WWW.DEBARKING.COM

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

Nicholson A7 Highspeed Automatic Debarker

Nicholson A7 Highspeed Automatic Debarker 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 Nicholson A5 series debarkers now producing worldwide. The result is a new generation of Nicholson Debarkers 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 rotation, roll rotation, roll rotation.

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

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

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!

Cumprindo a Meta

Mário Higinio N. M. Leonel(*)



Acaba de ser oficialmente divulgado que as exportações brasileiras de celulose e papel atingiram a cifra de US\$ 1.3 bilhão no período acumulado de Janeiro a Junho deste ano, registrando um crescimento de 27% sobre igual de período de 1999. Essa informação foi disponibilizada pela Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio Internacional (quadro abaixo), que também revelou que as importações do setor alcançaram, no período, o valor de US\$ 462 milhões, com crescimento de 21% sobre o ano passado.

Produtos	Balança Comercial Brasileira						Cresc. %
	US\$ Milhões						
	Celulose/Pastas		Papel		Total		
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	
Exportações	558	819	476	497	1.034	1.316	27,3
Importações	83	121	300	341	383	462	20,6
Saldo	475	698	176	156	651	854	31,2

Enquanto isso, a demanda mundial por nossos produtos, principalmente a celulose, prossegue aquecida, o que tem favorecido a continuidade do crescimento do seu preço no mercado internacional. O preço por tonelada da Celulose Fibra Curta Branqueada, CIF Norte da Europa, elevou-se, de forma gradativa, de US\$ 590 no final de

1999, para US\$ 640 em Abril de 2000. E, para o mês de Julho, o preço é de US\$ 690.

Este quadro não só demonstra que, no primeiro semestre, o setor conseguiu cumprir quase 50% de sua meta de exportação de US\$3 bilhões para o ano, transmitida ao governo pelo presidente da Bracelpa, Boris Tabacof – que é também o gerente setorial de Papel e Celulose da CAMEX – como também que as perspectivas de atingimento dessa meta são bastante favoráveis, o que comprova o realismo com que ela foi estabelecida.

Completam este quadro positivo os bons resultados que vêm sendo alcançados individualmente pelas empresas do setor. No entanto, todo este panorama otimista também justifica e exige substanciais investimentos de nossas indústrias – cuja produção atinge 96% da capacidade instalada e cerca de 90% para papel – para que possam prosseguir e ampliar suas exportações, assegurando tam-

bém o indispensável suprimento ao mercado interno.

E, para que esse objetivo seja atingido, é necessário propiciar ao setor isonomia competitiva com seus concorrentes de outros países. O alcance dessa isonomia se dará mediante a conquista de melhores condições para comercialização de nossos produtos no mercado internacional e da redução dos custos de produção e investimento, bem como da expansão da base florestal e da implantação de estratégias eficazes de defesa comercial.

A efetivação dessas pré-condições não pode prescindir do aprofundamento de nossa parceria com o governo federal, em cujas mãos está o poder para eliminar os obstáculos que dificultam ou impedem nosso crescimento no ritmo necessário.

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

“O QUE EU QUERO GANHAR DE PRESENTE?
UMA MELHOR QUALIDADE DE VIDA NO FUTURO.”

Com meio ambiente não se brinca. É assunto sério. E todo mundo já sabe disso. Por isso os consumidores e empresas conscientes de suas responsabilidades sociais e ambientais preferem embalagem em Papelcartão. Reciclável, biodegradável e de matéria-prima renovável, o Papelcartão é uma embalagem naturalmente correta. Com embalagem em Papelcartão seu produto sempre ganha destaque no ponto-de-venda. E no conceito do consumidor. Prefira embalagem em Papelcartão. A natureza e as futuras gerações agradecem.



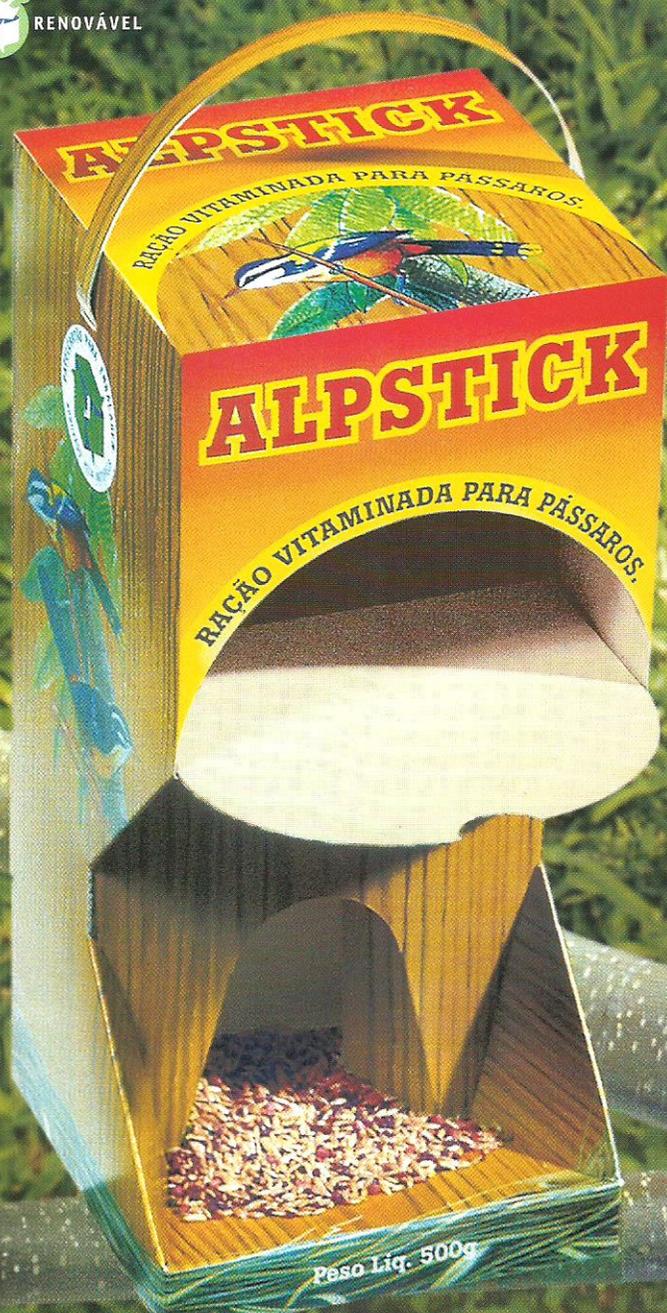
RECICLÁVEL



BIODEGRADÁVEL



RENOVÁVEL

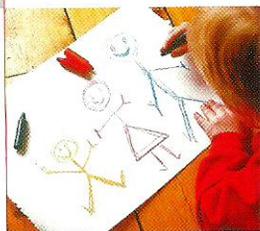


O selo "Papelcartão Para Embalagem, Aprovado Pela Natureza" foi desenvolvido para identificar os produtos de Papelcartão de empresas conscientes de suas responsabilidades sociais e ambientais. Por isso, este selo não pode faltar na embalagem Papelcartão do seu produto. Para maiores informações ligue para:

BRACELPA
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE CELULOSE E PAPEL

0800-102131
www.papelcartao.com.br

PAPELCARTÃO. A EVOLUÇÃO NATURAL DA EMBALAGEM.



nosso papel

**tem tudo a ver com
qualidade de vida**

A embalagem do sanduíche, o cafezinho gostoso, os desenhos do seu filho, o toque especial da decoração de sua casa, têm um pouco do nosso trabalho.

Tecnologia, especialização, respeito à vida e visão de futuro fazem parte do nosso dia a dia, procurando trazer não apenas produtos, mas soluções.

MD
MD PAPÉIS

MAIS QUE PAPÉIS, SOLUÇÕES

Rodovia Presidente Tancredo de Almeida Neves, km 34
Telefone: +55 11 431-2800 - Fax: +55 11 431-2195
CEP: 07700-000 - Caieiras - SP
<http://www.mdpapeis.com.br>